

**HUBUNGAN INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM DIAN
PELANGI (DESAINER MUSLIM) DENGAN MINAT FASHION MAHASISWA
S1 TEKNIK BUSANA UNY ANGGARAN 2014**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh:

Uswatun Khasanah

NIM 13210029

Pembimbing:

Dra. Anisah Indriati, M.Si.

NIP 196612261992032002

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor :

Tugas Akhir dengan judul : HUBUNGAN INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
DIAN PELANGI (DESAINER MUSLIM) DENGAN MINAT FASHION
MAHASISWA S1 TEKNIK BUSANA UNY ANGGARAN 2014

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : USWATUN KHASANAH
Nomor Induk Mahasiswa : 13210029
Telah diujikan pada : Rabu, 28 Februari 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : B+


dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

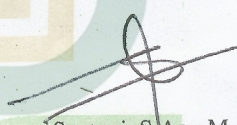
Ketua Sidang


Dra. Anisah Indriati, M.Si
NIP. 19661226 199203 2 002

Penguji I


Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP. 19680103 199503 1 001

Penguji II


Saptoni, S.Ag., M.A.
NIP. 19730221 199903 1 002

Yogyakarta, 28 Februari 2018
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp. (0274) 515856 fax. (0274)
552230 Yogyakarta 55281 Email: fd@uin-suka.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Uswatun Khasanah

NIM : 13210029

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Dian Pelangi dengan Minat *Fashion* Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

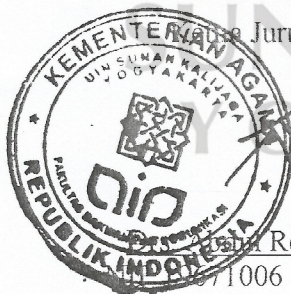
Yogyakarta, 9 Januari 2018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY

Mengetahui,

Dekan Jurusan KPI

Dosen Pembimbing



Dr. H. Rozak, M. Pd
NIP 1006 199403 1 003

Dra. Anisah Indriati, M.Si.
NIP 196612261992032002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Uswatun Khasanah
NIM : 13210029
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Dian Pelangi dengan Minat Fashion Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY Angkatan 2014 adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Januari 2018

Yang menyatakan,



Uswatun Khasanah

NIM.13210029

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Uswatun Khasanah
NIM : 13210029
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutpautkan kepada pihak fakultas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran dan sebenar-benarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 10 Januari 2018
Yang menyatakan,



Uswatun Khasanah

NIM.13210029

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

- Allah SWT yang telah memberikan saya rejeki dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
- Nabi Muhammad SAW merupakan tauladan bagi kami umat muslim
- Keluarga besar terutama orang tua yang telah membesarkan saya dan tidak berhenti untuk selalu mendoakan dan memberikan dukungan
- Ibu Dra. Anisah Indriyati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dengan sabar
- Teman-teman KPI angkatan 2013 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- Dan almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Dimana ada kemuan, pasti ada jalan



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, tidak henti-hentinya terhaturkan ke hadirat Allah SWT. Dzat Maha berkehendak, atas kasih sayang, bimbingan dan petunjukNya sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir ini. Dengan segala kerendah hati dan penuh harap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Atas terselesaikannya penulisan skripsi ini sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dorongan dan do'a dari semua pihak. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu, yaitu kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof.Dr.KH. Yudian Wahyudi, M.A.Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr.Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Drs.Abdul Rozak, MPd.
4. Dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi dapat terselesaikan, Dra.Hj.Annisah Indriati, M.Si.
5. Bapak Khodiq selaku Dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh dosen dan karyawan di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terimakasih atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama kuliah. Dan teruntuk Karyawan Tata Usaha baik Jurusan maupun Fakultas yang selalu menyisipkan nasihat dan do'a disetiap pertemuan kita. Terima kasih untuk semua bantuannya

7. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, Khususnya Prodi Pendidikan Teknik Busana baik dosen, staf, dan mahasiswa yang telah membantu kelancaran penelitian.
8. Orang tua penulis, Bapak Ngalim Usman dan Ibu Siti Zahroh yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini, serta adik saya tercinta Miftakhul Jannah yang tak henti memberikan semangat dan support.
9. Sahabat-sahabat saya, Fransiska Kurnia Natalia, Santi Nurlaela, Silma Rahma, Amin Nur Aini, Fitrey Nuraeni, Aulia Nur Rahma, terimakasih selalu memberikan motivasi dan atas kebersamaannya selama ini.
10. Teman-teman seperjuangan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2013, semoga kita selalu diberikan jalan untuk terus bersilaturahmi.
11. Segenap pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin.

Akhir kata peneliti mengakui bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik maupun saran dari berbagai pihak demi kualitas penelitian berikutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat di masa yang akan datang.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Januari 2018

Uswatun Khasanah

ABSTRAK

Uswatun Khasanah, NIM 13210029, 2018. *Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Dian Pelangi dengan Minat Fashion Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY Angkatan 2014*. Skripsi. Yogyakarta: Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dengan minat *fashion* mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa, Dian Pelangi telah beberapa kali datang untuk berbagi pengalamannya mengenai *fashion* di Fakultas Teknik UNY yang diikuti oleh seluruh mahasiswa S1 Teknik Busana. Dian pelangi membagikan hasil karya dan aktifitasnya ke dalam akun Instagram pribadinya @dianpelangi yang pengikutnya lebih dari 4,5 juta. Sehingga, peneliti menjadikan mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014 sebagai objek dengan alasan latar belakang pengetahuan mahasiswa S1 Teknik Busana UNY yang paham mengenai *fashion* dan mengetahui akun Instagram Dian Pelangi, karena Instagram digunakan sebagai salah satu alternatif dalam mencari referensi dan informasi mengenai *fashion*.

Penelitian ini menggunakan teori SOR atau *Stimulus Organism Response* oleh hovland, yang merupakan turunan dari teori hipodermik. Teori SOR memiliki tiga unsur yaitu pesan, komunikasi, dan respon atau tanggapan. Teori tersebut merupakan proses aksi reaksi yang menghasilkan tanggapan atau efek pada komunikasi setelah mendapatkan pesan. Efek tersebut berupa efek afektif, kognitif, dan behavioral.

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan analisis korelasi *product moment* dari Carl Pearson. Hasil pengolahan data didapatkan hasil r hitung (0,810) > r tabel (0,220). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi memiliki hubungan yang signifikan dengan minat *fashion* mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

Kata kunci: Intensitas mengakses, Instagram, minat *fashion*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Landasan Teori.....	13
G. Kerangka Pemikiran.....	25

H. Hipotesis.....	26
I. Sistematika Pembahasan	27
BAB II METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Analisis Penelitian.....	28
B. Definisi Konseptual.....	28
C. Definisi Operasional.....	34
D. Populasi dan Sampel	35
E. Instrumen Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
G. Validitas dan Reliabilitas	41
1. Validitas	41
a. Uji Validitas Variabel X.....	42
b. Uji Validitas Variabel Y.....	43
2. Reliabilitas	44
a. Uji Reliabilitas Variabel X.....	45
b. Uji Reliabilitas Variabel Y.....	45
H. Analisis Data	46
BAB III GAMBARAN UMUM	49
A. Profil Jurusan S1 Teknik Busana UNY	49
1. Sejarah Universitas Negeri Yogyakarta.....	49
2. Visi dan Misi UNY	53
3. Profil Prodi S1 Teknik Busana.....	54
B. Profil Dian Pelangi.....	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Deskripsi Data Penelitian	62
1. Intensitas Mengakses Akun Instagram Dian Pelangi	63
2. Minat <i>Fashion</i>	68
B. Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Dian Pelangi dengan minat <i>fashion</i>	72
1. Perhitungan Uji Normalitas	72
2. Perhitungan Uji Linieritas	73
3. Perhitungan Korelasi <i>Product moment</i>	73
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Kuesioner	
2. Data Responden	
2.1 Hasil Penghitungan Validitas Variabel X	
2.2 Hasil Penghitungan Validitas Variabel Y	
2.3 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel X dan Y	
3. Hasil Pengolahan data Variabel X	
4. Hasil Pengolahan data Variabel Y	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kisi-kisi Instrumen Variabel X.....	38
Tabel 2	Kisi-kisi Instrumen Variabel Y	38
Tabel 3	Skala likert.....	39
Tabel 4	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	42
Tabel 5	Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	43
Tabel 6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	45
Tabel 7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	45
Tabel 8	Interpretasi Koefisien <i>Alfa</i>	46
Tabel 9	Perhatian terhadap Intensitas Mengakses	63
Tabel 10	Penghayatan terhadap Intensitas Mengakses	64
Tabel 11	Durasi terhadap Intensitas Mengakses	65
Tabel 12	Frekuensi terhadap Intensitas Mengakses	65
Tabel 13	Intensitas Mengakses Akun Instagram Dian Pelangi	66
Tabel 14	Perhatian terhadap minat <i>fashion</i>	68
Tabel 15	Rasa senang terhadap minat <i>fashion</i>	69
Tabel 16	Motivasi terhadap minat <i>fashion</i>	69
Tabel 17	Minat <i>Fashion</i> secara keseluruhan	70
Tabel 18	Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 19	Hasil Uji Linieritas	73
Tabel 20	Perhitungan Korelasi <i>Product Moment</i>	74

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 1 Proses komunikasi dalam teori SOR.....	22
Gambar 2 Hubungan Variabel X dengan Variabel Y	24
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	25
Grafik 1	67
Grafik 2	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media di era modern saat ini sama kin canggih dengan adanya medium satelit dan jaringan. Perkembangan ini dapat dilihat dari adanya transisi media dari media lama menjadi media baru. Salah satu karakter dari media lama dan baru yaitu term *broadcast* untuk mewakili konteks media lama dan *interactivity* mewakili konteks media baru. Holmes membagi media dalam perspektif historis yang menjadi era media pertama (*first media age*) dengan pola *broadcast* dan era media kedua (*second media age*) dengan pola *interactivity*.¹ *Interactivity* (interaksi) bagi Graham merupakan salah satu cara yang berjalan diantara pengguna dan mesin (teknologi) dengan memungkinkan para pengguna maupun perangkat untuk saling terhubung secara interaktif. Interaktif di sini yaitu mempermudah pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dan dalam waktu yang bersamaan walaupun di tempat yang berbeda dan jauh.²

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari media baru. Media Sosial memberikan layanan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan aktifitasnya terutama dalam berkomunikasi. Masyarakat memiliki tujuan masing-masing dalam menggunakan media sosial, seperti untuk mencari informasi, hiburan atau pendidikan. Kebutuhan komunikasi masyarakat menjadi lebih cepat terpenuhi dengan menggunakan media sosial. Hal ini dikarenakan pesan yang dikirim juga lebih cepat tersampaikan, sehingga komunikasi menjadi lebih efektif.

¹ Rusli Nasrulloh, *Media Siber*, cet.1, (Jakarta : Kencana, 2014), hlm.14.

²*Ibid.*, hlm. 76.

Saat ini telah muncul beberapa media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat, seperti facebook, twitter, plurk, instagram, tumblr, dll.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diminati oleh masyarakat untuk memposting foto dan video yang dianggap penting oleh penggunanya. Pengguna aktif Instagram mencapai 500 juta, dikutip dari CNN Indonesia.com, Mark Zuckerberg menyatakan dalam akun facebook pribadinya bahwa lebih dari 500 juta orang memakai Instagram setiap bulan dan 300 jutanya menggunakan layanan ini setiap hari. Komunitas instagram bertambah lebih dari dua kali lipat selama 2 tahun terakhir.³ Indonesia menjadi komunitas terbesar Instagram di Asia Pasifik. Tahun 2017 ini terdapat 45 juta orang Indonesia yang merupakan pengguna aktif Instagram. Jumlah ini meningkat hampir 100 persen dibandingkan tahun 2016 yakni 22 juta pengguna aktif Instagram. Jumlah ini menjadi salah satu pasar terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif Instagram. *Country Director* Indonesia Facebook Sri Widowati mengatakan bahwa orang Indonesia senang berhubungan dengan orang lain dan berteman. Selain itu, komunitas juga terbentuk dari kesamaan minat, sehingga berperan besar dalam memperkuat hubungan antar individu dan bisnis.⁴

Instagram merupakan salah satu sarana penyampaian pesan kepada publik yang mengutamakan penggunaan foto dan video. Instagram dimanfaatkan untuk

³ Hani Nur Fajrina, "Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia", <http://cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/>, diakses tanggal 3 Agustus 2017.

⁴ Lilis Setyaningsih, "Warga Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Capai 45 Juta Terbesar di Asia Pasifik", <http://wartakota.tribunnews.com/2017/07/26/warga-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-45-juta-terbesar-di-asia-pasifik?page=1,2,3>, diakses tanggal 8 Oktober 2017.

berbagi informasi, salah satunya informasi mengenai *fashion*. Dunia *fashion* merupakan industri yang berkembang dengan cara mengubah kondisi berpakaian. Tidak hanya mencakup busana saja, akan tetapi mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki.⁵ Misalnya untuk muslim, dari penggunaan hijab/peci dan make up, penggunaan busana atasan dan bawahan, penggunaan alas kaki seperti sandal dan sepatu, serta penggunaan aksesoris seperti kalung, gelang, tas dan arloji.

Di era modern ini dunia *fashion* menjadi semakin menarik dan mencuri perhatian masyarakat. Salah satu yang menonjol dalam *fashion* adalah busana atau pakaian. Dalam islam berpakaian harus sesuai dengan ketentuan agama sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al A'rof ayat 31 sebagai berikut: ⁶

Artinya : Hai anak cucu Adam! pakailah pakaianmu yang bagus setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.

Pada awalnya berpakaian berfungsi sebagai alat pelindung, namun kini pakaian beralih menjadi pemenuhan kebutuhan keindahan dan estetika. Pakaian yang digunakan seseorang dapat mencerminkan harga diri dan perbedaan status sosial.⁷ Perubahan fungsi berpakaian ini membuat seseorang ingin menunjukkan penampilan terbaiknya untuk mengekspresikan diri. Seseorang akan mencari sumber referensi *fashion* yang sesuai dengan kehendak mereka.

Mahasiswa pendidikan Teknik Busana merupakan mahasiswa yang mempelajari tentang busana. Salah satunya adalah merancang atau mendesain

⁵ Sucie Nella Ardilla, "Pengaruh Rubrik Fashion Majalah Go Girl! Terhadap Perilaku Meniru Trend Fashion di Kalangan Mahasiwi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau", Jurnal, Vol. II No: 2, (Oktober, 2015) hlm. 2.

⁶ Al-Quran, 7:31, *Mushaf AL-Qur'an dan Terjemah* (Bogor : Wisma Haji Tugu, 2007), hlm.154.

⁷ Sucie Nella Ardilla, "Pengaruh Rubrik Fashion Majalah Go Girl!", hlm. 2.

baju dengan kreatifitas masing-masing sesuai petunjuk dari dosen. Mahasiswa pendidikan Teknik Busana diharapkan untuk dapat menguasai dan mengembangkan potensinya dalam bidang busana, seperti perancangan, produksi dan pemasaran. Untuk memunculkan ide-ide baru mengenai *fashion*, mahasiswa mencari referensi dari berbagai sumber salah satunya melalui akun Instagram Dian Pelangi.

Dian Wahyu Utami atau yang lebih dikenal dengan Dian Pelangi merupakan seorang desainer muslim kelahiran Palembang, 14 Januari 1991. Dian Pelangi memanfaatkan media sosial Instagram untuk membagikan foto dan video dari aktifitas hariannya. Dian Pelangi juga mempunyai akun tersendiri yang khusus untuk mengunggah hasil karyanya yaitu @dianpelangicom. Namun, tidak jarang Dian Pelangi mengunggah foto hasil karya desainnya di akun Instagram pribadinya @dianpelangi. Hal ini dikarenakan akun Instagram pribadinya memiliki lebih banyak *follower* atau pengikut. Pengikut Dian Pelangi di Instagramnya saat ini mencapai 4.8 juta (19 Agustus 2017), sampai saat ini masih terus bertambah seiring berjalannya waktu. Banyaknya pengikut Instagram Dian Pelangi, memberikan peluang unggahan di Instagramnya untuk diakses atau dilihat dan diperhatikan oleh banyak orang terutama yang berminat dalam *fashion*, seperti siswa atau mahasiswa jurusan Tata Busana.

Dian pelangi memiliki ciri tersendiri dalam membuat desain baju. Salah satu cirinya adalah warna yang digunakan adalah warna-warna pelangi. Dian pelangi menggabungkan beberapa warna cerah yang akan memberikan energi positif bagi penggunanya. Selain itu, Dian Pelangi selalu memasukkan unsur

budaya Indonesia dalam desainnya. Dian Pelangi memadukan desainnya dengan menggunakan batik ketika dalam acara *fashion show*, seperti Jakarta *Fashion week*, *New York Fashion Week* dan lain-lain. Desain baju yang di buat oleh Dian Pelangi merupakan desain baju muslimah yang simpel dan *fashionable* atau sesuai dengan perkembangan mode. Dian pelangi sering menggunakan baju hasil desainnya sendiri dan mengunggahnya di Instagram. Oleh karena itu, desain baju yang dibuat dan dipublikasikan oleh Dian Pelangi di akun Instagram pribadinya dapat dijadikan sebagai referensi dalam *fashion*.

Pada 01/04-2016, desainer Dian Pelangi membagikan pengalaman dan pengetahuannya di bidang *fashion* dengan mahasiswa pendidikan Tata Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta dalam acara “Dian Pelangi *for Fashion Mission* Indonesia” yang bertempat di aula KPLT FT UNY. Dalam programnya, Dian Pelangi mengunjungi beberapa kota besar di Indonesia, seperti Medan, Surabaya, Bandung, Pekalongan dan Yogyakarta. Dalam kunjungannya tersebut, Dian Pelangi bertemu langsung dengan para siswa dan mahasiswa peminat *fashion* dan wirausahawan yang bergerak di bidang mode. Program studi pendidikan Tata Busana FT UNY merupakan salah satu sasaran kunjungan Dian Pelangi.⁸ Dalam acara tersebut Dian Pelangi bekerja sama dengan HIJUB yakni toko *online* hijab *fashion* atau *Islamic fashione-commerce* pertama di Indonesia yang menyediakan berbagai baju muslim wanita. Acara tersebut dihadiri oleh mahasiswa Pendidikan Teknik Busana.

⁸Website resmi Fakultas Teknik UNY “*Sharing Dian Pelangi Dengan Mahasiswa Busana Ft UNY*”, <http://pendidikan-teknik-bogabusana.ft.uny.ac.id/berita/sharing-dian-pelangi-dengan-mahasiswa-busana-ft-uny.html>, diakses tanggal 30 Agustus 2017.

Fashion merupakan ajang untuk eksplorasi diri dan juga bisa menjadi penilaian orang lain terhadap diri. *Fashion* juga dapat menggambarkan karakter seseorang. Dian Pelangi telah beberapa kali berkunjung ke Fakultas Teknik UNY untuk berbagi informasi mengenai *fashion* yang dihadiri oleh mahasiswa Teknik Busana. Ketika berkunjung, Dian Pelangi sempat mengadakan *fashion show* kecil untuk memilih busana yang bagus sesuai tema tertentu.⁹ Dian Pelangi merupakan pelopor bangkitnya busana muslim di Indonesia, sehingga mampu menginspirasi para calon desainer muda untuk mengembangkan busana muslim. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti apakah ada hubungan Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dengan minat *fashion* Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi (desainer muslim) pada mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014?
2. Bagaimana minat *fashion* pada mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014?
3. Adakah hubungan intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi (desainer muslim) dengan minat *fashion* mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014?

⁹ Wawancara Sarah Nur Hidayah dan Intan Nur Fatimah, mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi (desainer muslim) pada mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.
2. Untuk mengetahui bagaimana minat *fashion* pada mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.
3. Untuk mengetahui apakah ada hubungan intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi (desainer muslim) dengan minat *fashion* mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Praktis
 - a. Untuk pengguna media, diharapkan dapat memanfaatkan penggunaan media sosial dengan bijak, yakni dengan menyaring informasi dan pengalaman yang didapat sehingga bisa memotivasi diri dan orang lain dalam mengembangkan karya.
2. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan khususnya dibidang komunikasi serta memberikan manfaat bagi siapa saja.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dilakukan untuk mengkaji dan menelaah hasil penelitian orang lain berupa skripsi, tesis ataupun jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian pustaka digunakan untuk membedakan penelitian yang dilakukan dengan penelitian-penelitian sebelumnya untuk menghindari penjiplakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa kajian pustaka sebagai referensi, yaitu:

Penelitian pertama, skripsi Yuzi Akbari Vindita Riyanti Mahasiswa Jurusan Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul Hubungan Intensitas mengakses Sosial Media terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten.¹⁰ Tujuan penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui Intensitas mengakses media sosial pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten, perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten, dan hubungan Intensitas mengakses media sosial terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten. Hasil penelitian tersebut, terdapat hubungan antara Intensitas mengakses media sosial terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten dengan keeratan yang lemah atau rendah yaitu koefisien korelasinya sebesar 0,305.

¹⁰ Yuzi Akbari Vindita Riyanti, *Hubungan Intensitas mengakses Sosial Media terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten*, Skripsi (Yogyakarta : Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016)

Persamaan penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian survei dengan teknik pengumpulan data kuisisioner sebagai sumber data primer. Penelitian ini menggunakan teknik pengukurannya skala likert. Penelitian ini merupakan penelitian populasi dan menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*. Selain itu penelitian Yuzi Akbari Vindita Riyanti menggunakan teknik analisis data parametrik dengan uji normalitas dan linieritas. Perbedaan penelitian terletak pada kedua variabel dan sampel penelitian. Penelitian Yuzi Akbari Vindita Riyanti variabelnya Intensitas mengakses media sosial dan perilaku belajar mata pelajaran produktif, sedangkan pada penelitian ini variabelnya adalah Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dan minat *fashion*. Sampel penelitian milik Yuzi Akbari Vindita Riyanti adalah siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten, sampel penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

Penelitian kedua, skripsi Ayu Windani Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Yogyakarta pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Berkunjung (Survey pada Mahasiswa Baru Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang Berasal dari Luar Yogyakarta). Hasil perhitungan dari penelitian ini menunjukkan bahwa unggahan foto wisata alam Yogyakarta di Instagram memiliki pengaruh yang positif. Hasil penelitian juga dapat dinyatakan signifikan terhadap perilaku berkunjung mahasiswa baru

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang berasal dari luar Yogyakarta.¹¹

Persamaan penelitian ini yaitu menggunakan metode survei, dengan pengambilan data kuisisioner sebagai data primer serta menggunakan teori *Stimulus Organism Response* atau SOR. Selain itu penelitian ini menggunakan media sosial yang sama yaitu Instagram. Perbedaan penelitian terletak pada kedua variabel dan sampel. Penelitian Ayu Windani variabelnya Unggahan Foto Wisata Alam Yogyakarta pada Media Sosial Instagram dan perilaku berkunjung, sedangkan pada penelitian ini variabelnya adalah Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dan minat *fashion*. Sampel penelitian milik Ayu Windani adalah Mahasiswa Baru Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang Berasal dari Luar Yogyakarta, sampel penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014. Selain itu penelitian Ayu Windani menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis data parametrik dengan uji normalitas dan uji linearitas.

Penelitian ketiga, skripsi Rudi Hermanto Gulo Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul Hubungan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial terhadap Interaksi Sosial Remaja Islam di Dusun Papringan Caturtunggal Depok Sleman

¹¹ Ayu Windani, *Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Yogyakarta pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Berkunjung (Survey pada Mahasiswa Baru Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang Berasal dari Luar Yogyakarta)*, Skripsi (Yogyakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016)

Yogyakarta¹². Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui intensitas penggunaan jejaring sosial yang dilakukan remaja Islam di Dusun Papringan, mengetahui interaksi sosial remaja Islam di Dusun Papringan dan mengetahui pengaruh dari intensitas penggunaan jejaring sosial terhadap interaksi sosial di Dusun Papringan. Hasil penelitian diketahui koefisien korelasi sebesar 0,222 dengan signifikansi sebesar $0,028 < 0,05$. Maka H_a (hipotesis alternatif) diterima yaitu ada hubungan antara intensitas penggunaan jejaring sosial dengan interaksi sosial remaja Islam di Dusun Papringan.

Persamaan dalam penelitian tersebut peneliti menggunakan teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R) bahwa penulis ingin melihat efek atau tanggapan dari penggunaan media. Penelitian ini menggunakan metode *survey* yaitu peneliti mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data primer. Perbedaan penelitian terletak pada kedua variabel dan sampel penelitian. Penelitian milik Rudi Hermanto Gulo memiliki variabel akses jejaring sosial dan interaksi sosial, variabel penelitian ini Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dan minat *fashion*. Sampel penelitian milik Rudi Hermanto remaja Islam di Dusun Papringan, sampel penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

Penelitian ke empat, skripsi Noricha Listiyaningrum Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Minat

¹² Rudi Hermanto Gulo, *Penelitian Hubungan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial Remaja Islam Di Dusun Papringan Catur Tunggal Depok Sleman Yogyakarta*, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

Citizen Journalism Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga 2010/2011.¹³ Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial Kompasiana terhadap minat *citizen journalism* mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2010/2011. Hasil dari penelitian ini, terdapat pengaruh intensitas menggunakan media sosial oleh mahasiswa dengan minat *citizen journalism*. Akan tetapi, tidak terdapat pengaruh keaktifan dan kesiapan dari intensitas menggunakan media sosial oleh mahasiswa untuk melakukan *citizen journalism*. Hal ini dikarenakan tidak semua indikator dari minat dapat dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial.

Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori SOR dan menggunakan validitas konstruk. Selain itu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan pengujian reliabilitas dengan rumus *Cronbach's Alpha*. Perbedaan penelitian ini terletak pada kedua variabel dan sampelnya. Penelitian milik Noricha Listiyaningrum dengan variabel Intensitas penggunaan media sosial dan minat *citizen journalism*, penelitian ini menggunakan variabel Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi (lebih spesifik) dan minat *fashion*. Sampel penelitian milik Noricha Listiyaningrum mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014. Selain itu, penelitian milik Noricha Listiyaningrum menggunakan teknik analisis data uji

¹³ Noricha Listiyaningrum, *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Citizen Journalism Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga 2010/2011*, Skripsi (Yogyakarta : Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015)

Parametric Tau Kendall's, sedangkan penelitian ini menggunakan Teknik analisis data parametrik dengan Uji Normaitas dan Uji Linearitas.

F. Landasan Teori

1. Intensitas Mengakses

Intensitas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus atau berulang-ulang.¹⁴ Sementara itu Azjen membagi intensitas menjadi empat aspek:¹⁵

a. Perhatian atau daya konsentrasi dalam mengakses Instagram

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini diilustrasikan dengan adanya kebutuhan khalayak dalam memperoleh informasi yang datang. Kebutuhan akan objek ini membuat khalayak akan terus mengkonsumsi media tersebut. Perhatian dalam mengakses akun Instagram merupakan tersitanya perhatian, waktu dan tenaga individu untuk mengakses akun Instagram yang diminati.

b. Penghayatan terhadap akun Instagram

Penghayatan merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi. Informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan.

Penghayatan dalam mengakses akun Instagram meliputi pemahaman

¹⁴ Ikmal Mahyudi, *Hubungan Intensitas Menonton Acara On the Spot Trans7 dengan Tingkat Ilmu Pengetahuan Siswi Kelas 2 SMPN 23 Pekanbaru*, Skripsi (Riau: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2014), hlm. 8.

¹⁵ Budi Setiawan, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Misteri dengan Tingkat Kecemasan pada Remaja di SMP*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan, 2005), hlm. 26-27.

dan penyerapan terhadap sajian dalam Instagram tersebut, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan.

c. Durasi atau kualitas kedalaman mengakses

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu dalam melakukan aktivitas mengakses akun Instagram. Durasi mengakses akun Instagram yaitu waktu yang dibutuhkan untuk mengakses sajian dalam akun Instagram.

d. Frekuensi atau tingkat keseringan

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Mengakses sajian akun Instagram bisa berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda, bisa seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung individu yang bersangkutan.

Mengakses adalah kegiatan seseorang dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu media. Jadi, intensitas mengakses menggambarkan tentang seberapa sering dan seberapa dalam mengakses memusatkan perhatian terhadap media yang diminati. Selain itu, bagaimana mereka melakukan suatu tindakan, aktivitas atau kegiatan dalam menikmati dan mengkonsumsi media tersebut.

2. Instagram

New media atau media baru merupakan media yang menawarkan *digitalisation, convergence, interactivity, dan development of network* terkait pembuatan dan penyimpanan pesannya. Kemampuan menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pemilihan informasi apa

yang hendak dikonsumsi. Selain itu, pengguna juga bisa mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan. Menurut Flew, kemampuan menawarkan suatu *interactifity* ini merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang *new media*.¹⁶

Media baru yang dibahas disini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi dengan berbagai ciri yang sama. Selain baru, dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas memungkinkan untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Sebagaimana kita lihat, media baru sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan. Namun, kita tertarik media baru dan penerapannya yang dalam berbagai wilayah memasuki ranah komunikasi massa. Sehingga, dapat dikatakan secara langsung/tidak langsung memiliki dampak terhadap media massa tradisional.¹⁷

Media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan

:

1. Memungkinkan terjadinya percakapan antar-banyak pihak.
2. Memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya.
3. Mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya, dari hubungan kewilayahan dan dari modernitas.
4. Menyediakan kontak global secara instan
5. Memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan. Livingstone menulis “apa yang baru mengenai internet

¹⁶Ayu Windani, *Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Yogyakarta pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Berkunjung*, hlm. 15-16.

¹⁷ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, terj. Putri Iva (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hlm. 148.

barangkali adalah kombinasi dari interaktifitas dengan ciri yang inovatif bagi komunikasi massa- jenis konten yang tidak terbatas, jangkauan khalayak, sifat global dari komunikasi.”¹⁸

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Dalam Instagram terdapat fitur untuk mengupload foto yang dilengkapi dengan filternya. Selain itu, bisa digunakan untuk mengunggah video dengan durasi satu menit. Instagram juga ada fitur untuk membuat *story*, *sharing* atau membagikan foto/ video, dan *regram* atau mengunggah kembali foto/video yang sudah di unggah orang lain. Pengguna Instagram juga dapat memberikan like, komentar, dan mengirim pesan pribadi, sehingga bisa berinteraksi dengan pengguna lain.

Instagram berbeda dengan aplikasi lainnya seperti twitter dan facebook. Instagram lebih berfokus kepada foto dan vidio. Pengguna tidak bisa membagikan *caption*, *like*, dan komentar tanpa adanya foto atau vidio. Twitter lebih berfokus pada status dalam kata-kata dengan penggunaan karakter yang tidak lebih dari 140. Penggunaan foto di twitter hanya sebagai penunjang. Facebook, merupakan sebuah fenomena sosial yang dianggap dapat mempertemukan teman lama, atau juga membuat perteman baru.

3. **Minat *Fashion***

Minat secara bahasa berarti perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pelajaran maupun objek berharga atau berarti bagi individu.¹⁹ Menurut Syaiful Bahri Djamara minat merupakan kecenderungan yang menetap untuk

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 151.

¹⁹ J.P.Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), cet 1, hlm. 255.

memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas, maka akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Menurut Syaiful Bahri Djamarah minat dapat diekspresikan melalui :²⁰

- a. Pernyataan lebih menyukai sesuatu daripada yang lainnya,
- b. Partisipasi aktif dalam suatu kegiatan yang diminati, serta
- c. Memberikan perhatian yang lebih besar terhadap sesuatu yang diminatinya tanpa menghiraukan yang lain (fokus)

Menurut Alisuf Sabri minat adalah suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus. Minat berkaitan dengan perasaan senang sehingga dapat dikatakan minat dapat terjadi karena sikap senang terhadap sesuatu. Menurut Crow dan Crow, minat atau *Interest* berhubungan dengan dorongan atau kecenderungan tertarik pada orang, benda, kegiatan ataupun pengalaman yang efektif yang dirangsang dari kegiatan tersebut. Minat menjadi penyebab kegiatan dan partisipasi dalam kegiatan. Minat mengandung unsur kognisi (menganal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognisi merupakan minat yang didahului oleh pengalaman dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Unsur emosi merupakan perasaan senang yang muncul ketika melakukan kegiatan atau berpartisipasi. Konasi merupakan keinginan untuk melakukan kegiatan yang diwujudkan melalui perilaku.²¹

²⁰ Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2008), hlm. 132.

²¹ Abd. Rachman Abror, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta : PT Tiara Wacana Yogya, 1993), cet.4 hlm.112.

Minat menurut istilah adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan seseorang pada pilihan tertentu.²² Menurut Suryabrata, minat dibagi menjadi dua yaitu:²³

- a. Minat intrinsik, yaitu kecenderungan individu yang berhubungan aktifitas itu sendiri.
- b. Minat ekstrinsik, yaitu kecenderungan individu untuk memilih aktifitas berdasarkan pengaruh orang lain atau lingkungan.

Menurut Suryabrata, ciri-ciri orang yang mempunyai minat tinggi yaitu:²⁴

- a. Perhatian, yaitu kesadaran yang menyertai suatu aktifitas yang dilakukan.
- b. Kemauan, yakni motor penggerak tingkah laku.
- c. Usaha dan kesiapan.

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai minat, dapat diketahui indikator adanya minat pada seseorang, antara lain:

- a. Perhatian
Perhatian yaitu kesadaran dalam melakukan suatu aktifitas yang dilakukan. Seseorang yang memberikan banyak perhatian pada sesuatu, berarti orang tersebut berminat pada sesuatu tersebut.²⁵

²² Andi Mappiare, *Psikologi Komunikasi*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hlm.62.

²³ Sumardi Suryabrata, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta : Rajawali, 1984), hlm.16.

²⁴ *Ibid*, hlm. 16.

²⁵ *Ibid*, hlm.14.

b. Perasaan senang

Perasaan senang merupakan suasana psikis dengan jalan membuka diri terhadap suatu hal yang berbeda dengan keadaan diri.²⁶ Perasaan senang muncul akibat dari mengamati, mengingat atau memikirkan sesuatu, sehingga seseorang berusaha untuk mempertahankan objek tersebut.

c. Motivasi

Motivasi merupakan suatu perubahan energi di dalam diri seseorang yang ditandai dengan perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan.²⁷ Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk memperhatikan suatu objek, sehingga akan memunculkan minat pada seseorang.

Fashion, menurut *Oxford English Dictionary* (OED) adalah tindakan atau proses membuat, potongan atau bentuk tertentu, hingga tata cara atau bertindak dan berpakaian sesuai konvensi. Dari kata-kata tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua arti utama, yakni *fashion* sebagai kata kerja dan kata benda. Sebagai kata benda, *fashion* berarti sesuatu seperti bentuk dan jenis tertentu seperti dalam definisi sebagai tata cara atau bertindak. Sedangkan *fashion* sebagai kata kerja memiliki arti membuat atau melakukan. Namun, *fashion* sebagai kata kerja sangat jarang digunakan karena lebih sebagai majas atau perumpamaan dalam puisi atau arkais.²⁸

²⁶ Wasty Soemanto, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm.37.

²⁷ Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm.148.

²⁸ Barnard Malcolm, *Fashion sebagai Komunikasi : Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*, (Bandung : Jalasutra, 2006), hlm. 11-13.

Secara khusus *fashion* dapat dikatakan gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Definisi *fashion* adalah gaya berbusana yang populer dalam suatu budaya atau sebagai mode. Ada juga yang berpendapat bahwa *fashion* merupakan gaya berbusana yang menentukan penampilan dari seorang individu.²⁹ *Fashion* tidak hanya bermanfaat untuk menunjang penampilan saja yakni agar terlihat lebih cantik dan modis tetapi juga dapat digunakan untuk menutupi kekurangan.

4. Teori *Stimulus Organism Response* (SOR)

Teori SOR oleh Hovland, sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Teori ini merupakan turunan dari *bullet theory* dan teori hipodermik. Objek material dari teori ini adalah manusia yang meliputi : sikap, opini dan perilaku tertentu jika mendapat stimulus tertentu pula. Efek yang ditimbulkan adalah tanggapan atau reaksi khusus terhadap stimulus atau pesan tertentu, sehingga komunikator dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.³⁰

Teori SOR berasumsi bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi, yaitu pesan yang disampaikan baik berupa isyarat verbal, non verbal maupun simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan tanggapan atau respon. Pola SOR dapat berlangsung secara positif maupun negatif. Contoh reaksi positif adalah jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum, sedangkan contoh

²⁹ Samhis Setiawan, “*Fashion*” *Pengertian & (Fungsi-Manfaat-Ciri-Contoh)*, <http://www.gurupendidikan.co.id/fashion-pengertian-fungsi-manfaat-ciri-contoh/>, diakses tanggal 2 September 2017.

³⁰ Effendi, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : Rosdakarya, 2003), hlm. 253.

reaksi negatif adalah sebaliknya yaitu jika orang tersenyum tapi dibalas dengan palingan muka.³¹

Unsur-unsur dalam teori SOR adalah :

a. Pesan (Stimulus)

Merupakan pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa tanda dan lambang.

b. Komunikan (Organism)

Komunikan adalah penerima pesan. Pesan yang disampaikan komunikator dalam jangka waktu tertentu akan diterima dan diperhatikan oleh komunikan sebagai informasi. Komunikan akan memahami setiap pesan yang disampaikan melalui tanda dan lambang, kemudian mereka mencoba untuk mengartikan dan memahami setiap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

c. Efek (Response)

Efek merupakan tanggapan atau reaksi yang timbul dari pesan yang disampaikan. Efek dari komunikasi yaitu adanya perubahan kognitif, afektif dan behavioral.

1) Kognitif

Efek yang berhubungan dengan perubahan pemikiran dan pengetahuan pada khalayak dari tidak tahu dan tidak paham menjadi tau dan lebih jelas.

³¹*Ibid.*, hlm. 253-254.

2) Afektif

Efek yang berhubungan dengan emosi dan perasaan. Misalnya, adanya perubahan perasaan seperti rasa senang, benci, iba, haru, dan lain-lain setelah mengkonsumsi.

3) Behavioral

Efek yang berhubungan dengan niat, usaha, tekad, upaya akibat dari efek kognitif dan afektif yang cenderung menjadi suatu tindakan atau perilaku.

Proses komunikasi dalam teori SOR dapat dirumuskan sebagai berikut.³²

Gambar 1
Teori SOR



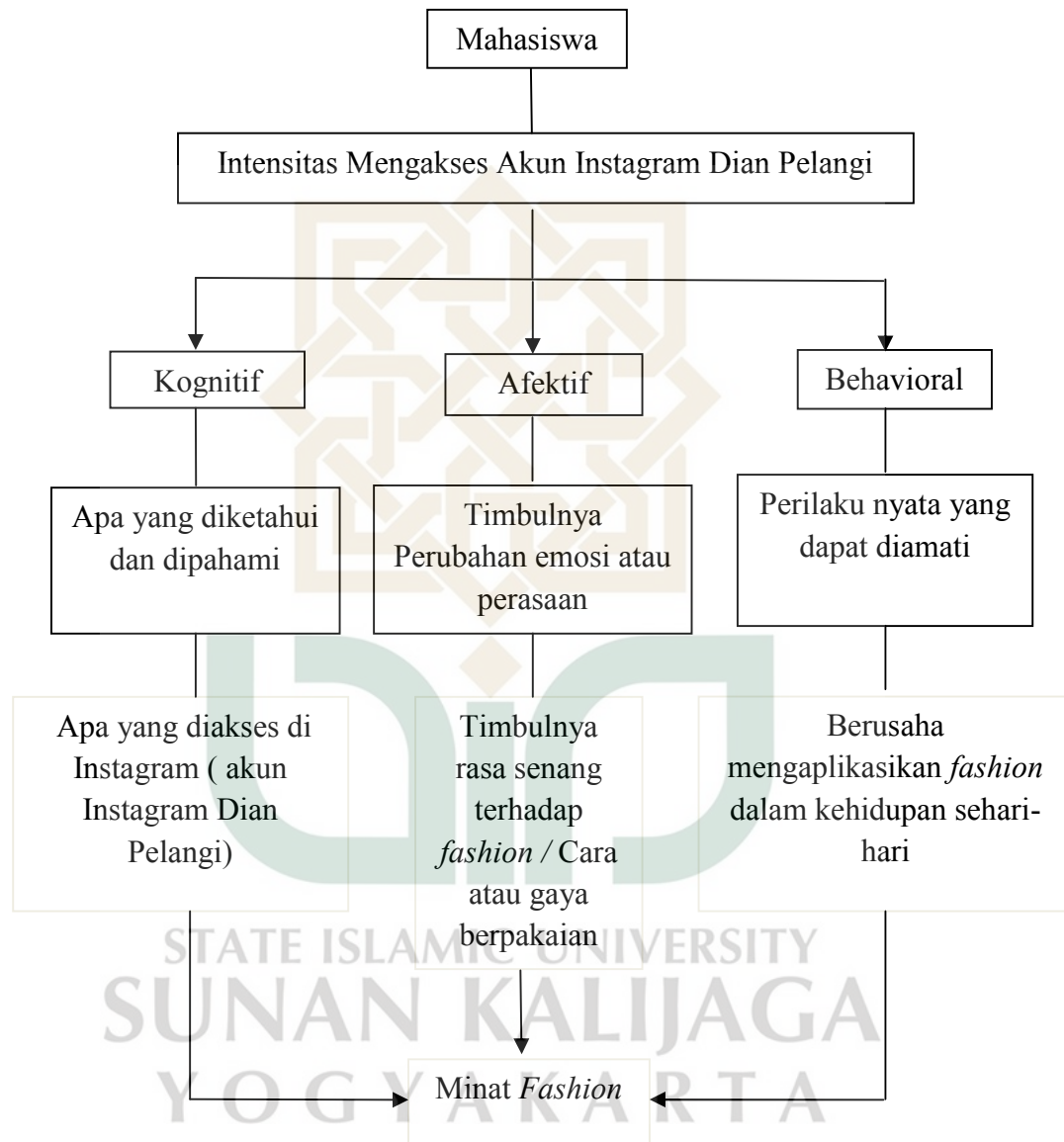
³²*Ibid.*, hlm. 255.

Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa respon bergantung kepada proses yang terjadi pada individu. Pada proses komunikasi di atas, komunikator memberikan respon terhadap pesan yang diberikan berupa perhatian, kemudian akan memikirkan tentang arti, maksud, ataupun tujuan dari pesan atau stimulus tersebut dalam jangka waktu tertentu. Setelah itu timbul pengertian dan penerimaan atau bahkan penolakan. Ketika komunikator sudah menerima dan mengolah pesan atau stimulus tersebut, maka terbentuklah minat.

Pada penelitian ini akan sampai pada tahap behavioral. Pada tahap ini pesan yang disampaikan oleh komunikator mampu membawa dampak berupa perilaku, tindakan dan kegiatan pada komunikator yaitu minat *fashion*. Apabila rumus tersebut diterapkan dalam penelitian ini, maka dapat digambarkan sebagai berikut:



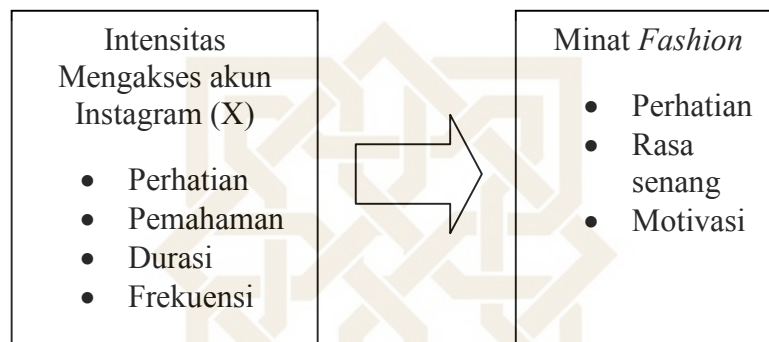
Gambar 2
Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram Dian Pelangi dengan Minat *Fashion*



G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 3
Kerangka Pemikiran



Masyarakat era ini tidak luput dari penggunaan media terutama media sosial dalam melakukan komunikasi. Media sosial menjadi salah satu alternatif dalam penyampaian pesan karena lebih efektif. Dengan menggunakan media sosial masyarakat dapat berkomunikasi secara langsung melalui media walaupun dalam waktu dan tempat yang berbeda. Selain untuk berkomunikasi, media sosial dimanfaatkan untuk mencari hiburan, pendidikan, dan informasi. Masyarakat memiliki kebutuhan, sehingga mereka akan terus mengkonsumsi media untuk memperoleh hiburan dan informasi yang mereka kehendaki.

Perkembangan media sosial memunculkan respon atau tanggapan dari masyarakat. Dalam teori stimulus organism respons (SOR) menunjukkan hubungan antara pesan yang disampaikan oleh media dengan tanggapan dari masyarakat. Tanggapan atau respon dari masyarakat berupa tanggapan kognitif, afektif, dan behavioral.

Tanggapan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat *fashion* yang diperoleh mahasiswa dari mengakses akun Instagram Dian Pelangi. Minat merupakan ketertarikan dalam diri seseorang terhadap sesuatu yang mereka senangi, sedangkan *fashion* merupakan gaya, cara, atau mode berpakaian. Minat *fashion* adalah perilaku yang muncul sebagai perwujudan dari ketertarikan dalam diri seseorang terhadap gaya, cara, atau mode berpakaian yang mereka senangi. Minat *fashion* disini terdiri dari tiga indikator, yaitu perhatian, rasa senang dan motivasi. Semakin tinggi intensitas mahasiswa mengakses akun Instagram Dian Pelangi, maka tanggapan terhadap minat *fashion* juga akan semakin tinggi.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara adanya hubungan antar variabel atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenarannya. Dalam penelitian ini terdapat hipotesis alternatif (H^a) dan hipotesis statistik atau no (H^0) sebagai berikut :

H^a : Ada hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dengan minat *fashion* Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

H^0 : Tidak ada hubungan antara intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dengan minat *fashion* Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk memberikan gambaran umum rencana susunan bab yang akan diuraikan dalam skripsi ini. Dalam penelitian ini, terdapat lima bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

BAB II : METODE PENELITIAN

Metode Penelitian terdiri dari jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, serta analisis data.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Gambaran umum berisi tentang profil Dian Pelangi dan gambaran umum Mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pembahasan berisi tentang pemaparan analisis data yang telah diperoleh dari responden, yang terdiri dari deskripsi data variabel dan uji *chi-square* atau chi kuadrat dan koefisien kontigensi.

BAB V : PENUTUP

Penutup berisi saran-saran serta kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban dari permasalahan yang telah ditulis dibagian awal penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisa dan pembahasan, penelitian berjudul “Hubungan Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dengan minat *fashion* mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014” ini diperoleh kesimpulan, yaitu:

1. Tingkat Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi yang terdiri dari perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mereka cukup antusias untuk mengakses akun Instagram Dian Pelangi
2. Minat *Fashion* mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014 yang terdiri dari perhatian, rasa senang, dan motivasi termasuk dalam kategori sedang. Hal ini berarti mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014 mempunyai minat terhadap *fashion*.
3. Terdapat hubungan antara Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dengan minat *fashion* mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014. H^0 ditolak dan H^a diterima, sehingga semakin tinggi Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi maka semakin tinggi pula minat *fashion*nya.
4. Hasil penelitian Hubungan Intensitas mengakses akun Instagram Dian Pelangi dengan minat *fashion* mahasiswa S1 Teknik Busana UNY

angkatan 2014 sesuai dengan teori Stimulus Organism Respons. Ketika stimulus disampaikan kepada komunikan, maka akan muncul respon atau tanggapan sebagai umpan balik terhadap rangsangan. Hal ini merupakan efek atau akibat dari penggunaan media dalam pembentukan dan perubahan pendapat maupun perilaku. Dalam hal ini, mahasiswa memberi respon atau tanggapan terhadap rangsangan dari mengakses akun Instagram Dian Pelangi 2014 berupa minat *fashion* yang terdiri dari perhatian, rasa senang dan motivasi.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat disampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan

1. Untuk pengguna media diharapkan bisa memanfaatkan media sosial dengan bijak sehingga bisa bermanfaat manfaat dan memberikan pengaruh yang lebih baik bagi kehidupan.
2. Bagi penelitian selanjutnya agar mampu melakukan penelitian dengan variable-varabel yang lebih bervariasi dan metode-metode penelitian yang lebih matang. Mengangkat isi lain dari media sosial Instagram seperti untuk mencari referensi dan informasi sebagai motivasi dalam membuat karya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Abd. Rachman, *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta : PT Tiara Wacana Yogya, 1993.
- Al-Quran dan Terjemahan, Bogor : Wisma Haji Tugu, 2007.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Praktikum Edisi V*, Jakarta: PT.Rineka Cipta,2002.
- Ardilla, Sucie Nella, Jurnal : *Pengaruh Rubrik Fashion Majalah Go Girl! Terhadap Perilaku Meniru Trend Fashion di Kalangan Mahasiwi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*,Pekanbaru : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau.
- Beritanasia45, “3 Ciri Khas Gaya Fashion Muslim Dian Pelangi”, <https://beritanesia45.wordpress.com/2017/07/10/3-ciri-khas-gaya-fashion-muslim-dian-pelangi/>, diakses tanggal 20 oktober 2017.
- Chaplin, J.P., *Kamus Lengkap Psikologi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Collecton of Quanesha, “Profile Dian Pelangi : Cantik Muda Berbakat Dan Populer“, <http://quanesha.com/profile-dian-pelangi-cantik-muda-berbakat-dan-populer/>, diakses tanggal 20 oktober 2017.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Djamarah, Syaiful Bahri, *Psikologi Belajar*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2008.
- Effendi, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : Rosdakarya, 2003.
- Effendi, Sofian, Tukiran. *Metode Penelitian Survei, 2014*, Jakarta: LP3ES. *Dan Iklan*, Jakarta: Prenada media Group,2015.
- Fajrina, Hani Nur, “Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagramdari Indonesia”, <http://cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/>,diakses tanggal 3 Agustus 2017.

- Gulo, Rudi Hermanto, *Penelitian Hubungan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial Remaja Islam Di Dusun Papringan Catur Tunggal Depok Sleman Yogyakarta*, Skripsi tidak diterbitkan, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.
- Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, Malang: UMM Press, 2010.
- Hidayatun, Umi, “ *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015*”, Skripsi, Yogyakarta : Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Kountur, Ronny, *Metode Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: PPM, 2007.
- Listyaningrum, Nuricha, *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Citizen Journalism Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga 2010/2011*, Skripsi, Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Mahyudi, Ikmal, *Hubungan Intensitas Menonton Acara On the Spot Trans7 dengan Tingkat Ilmu Pengetahuan Siswi Kelas 2 SMPN 23 Pekanbaru*, Skripsi, Riau: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2014.
- Mappiare, Andi, *Psikologi Komunikasi*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997.
- Malcolm, Barnard, *Fashion sebagai Komunikasi : Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*, Bandung : Jalasutra, 2006.
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, terj. Putri Iva, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- Nasrulloh, Rulli, *Cyber Media*, cet.1, Yogyakarta: IDEA Press, 2013.
- Prasetyo, Bambang dan Lina, M. J., *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam*, Jakarta : Kalam Mulia, 1998.

- Riyanti, Yuzi Akbari Vindita, *Hubungan Intensitas mengakses Sosial Media terhadap perilaku belajar mata pelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten*, Skripsi, Yogyakarta : Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.
- Setiawan, Budi, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Misteri dengan Tingkat Kecemasan pada Remaja di SMP*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan, 2005.
- Setiawan, Samhis, “”Fashion” Pengertian & (Fungsi-Manfaat-Ciri-Contoh)”, <http://www.gurupendidikan.co.id/fashion-pengertian-fungsi-manfaat-ciri-contoh/>, diakses tanggal 2 September 2017.
- Setyaningsih, Lilis, “Warga Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Capai 45 Juta Terbesar di Asia Pasifik” <http://wartakota.tribunnews.com/2017/07/26/warga-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-45-juta-terbesar-di-asia-pasifik?page=1,2,3>, diakses tanggal 8 Oktober 2017.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 1989.
- Soejanto Sandjaja, *Jurnal Pengaruh Keterlibatan Orang Tua Terhadap Minat Membaca Anak Dilihat Dari Pendidikan Stress Lingkungan*.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suryabrata, Sumardi, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta : Rajawali, 1984.
- Soemanto, Wasty, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Walgito, Bimo, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Andi Offset, 1978.
- Windani, Ayu, *Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Yogyakarta pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Berkunjung (Survey pada Mahasiswa Baru Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang Berasal dari Luar Yogyakarta)*, skripsi, Yogyakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.
- Website resmi Fakultas Teknik UNY, “Kompetensi Kelulusan”, http://pendidikan-teknik_bogabusana.ft.uny.ac.id/kompetensi-lulusan, diakses tanggal 20 Oktober 2017.

Website resmi Fakultas Teknik UNY, “Sharing Dian Pelangi Dengan Mahasiswa Busana Ft UNY”, <http://pendidikan-teknik-bogabusana.ft.uny.ac.id/berita/sharing-dian-pelangi-dengan-mahasiswa-busana-ft-uny.html>, diakses tanggal 30 Agustus 2017.

Website resmi Fakultas Teknik UNY, “Teknik Busana”, <http://ft.uny.ac.id/teknik-busana>, diakses tanggal 20 Oktober 2017.

Website resmi Fakultas Teknik UNY, “Tenaga Pengajar Prodi Pendidikan Teknik Busana“, <http://pendidikan-teknik-bogabusana.ft.uny.ac.id/tenaga-pengajar-prodi-pendidikan-teknik-busana>, diakses tanggal 20 Oktober 2017.

Website resmi Fakultas Teknik UNY, “Visi Misi Prodi Pendidikan Teknik Busana“, <http://pendidikan-teknik-bogabusana.ft.uny.ac.id/visi-misi-prodi-pendidikan-teknik-busana>, diakses tanggal 20 oktober 2017.

Website resmi UNY, “Sejarah UNY”, <https://www.uny.ac.id/profil/sejarah-uny>, diakses tanggal 20 oktober 2017.

Website resmi UNY, “Visi, Misi Dan Tujuan Tahun 2025“, <https://www.uny.ac.id/profil/visi-misi-dan-tujuan-tahun-2025>, diakses tanggal 20 oktober 2017.

Yusuf, A. Muri, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta : Prenadamedia Grop, 2014.

Wawancara :

Wawancara dengan Sarah Nur Hidayah dan Intan Nur Fatimah mahasiswa S1 Teknik Busana UNY angkatan 2014

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Uswatun Khasanah
Tempat/ Tgl. Lahir : Sleman, 10 Desember 1992
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Pandes II, Wonokromo, Pleret, Bantul,
Yogyakarta
Email : uswaa.kh@gmail.com
No/Telp : 085878622954
Nama Ayah : Ngalim Usman
Nama Ibu : Siti Zahroh
Nama Saudara Kandung : Miftakhul Janah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. TK ABA Minomartani, lulus tahun 2001
- b. SD Muhammadiyah Pandes, lulus tahun 2005
- c. MTs N Gondowulung Sewon, lulus tahun 2008
- d. SMKN 1 Pleret, lulus tahun 2011

C. Riwayat Organisasi

1. Suka Tv, 2013-2014
2. Difikom, 2015-2016

Yogyakarta, 10 Januari 2018

Uswatun Khasanah