

**PENGARUH INTENSITAS
MENGENAL AKUN INSTAGRAM @saritiw TERHADAP PERILAKU
BERBUSANA MUSLIMAH FOLLOWERSNYA**



Skripsi

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun oleh :

Devia Anggraeni Talikasih

NIM 17102010084

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1433/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @SARITW
TERHADAP PERILAKU BERBUSANA MUSLIMAH FOLLOWERSNYA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEVIA ANGGRAENI TALIKASIH
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010084
Telah diujikan pada : Jumat, 11 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 64de0f5992dee



Penguji I
Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 64e5843b1b820



Penguji II
Irawan Wibisono, M.I.Kom
SIGNED

Valid ID: 64d83666272fd



Yogyakarta, 11 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64e853bcafb9c



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 saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Devia Anggraeni Talikasih
NIM : 17102010084
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw Terhadap Perilaku Berbusana Muslimah Followersnya

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 1 Agustus 2023

Mengetahui:

Ketua Program Studi,

Nanang Mizwar H. S.Sos.,M.Sic
NIP 19840307 201101 1 013

Pembimbing,

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A
NIP 19661209 199403 1 004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devia Anggraeni Talikasih
NIM :17102010084
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw Terhadap Perilaku Berbusana Muslimah Followersnya adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 1 Agustus 2023

menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devia Anggraeni Talikasih
Tempat dan Tanggal Lahir : Sleman, 5 September 1997
NIM : 17102010084
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Kebondalem Tridadi Sleman, DIY
No. HP : 0895389111530

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 1 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Devia A Talikasih
NIM 17102010084

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah segala puji bagi Allah Subhanahuwata'ala atas segala limpahan rahmat dan hidayah serta karunianya, yang memberikan kelancaran dan kemudahan kepada peneliti untuk menyelesaikan karya tulis yang sederhana ini. Terimakasih kepada orang tua penulis Ibu dan Ayah yang telah memberikan dukungan serta doanya, dan juga kepada Almamater Saya Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kita ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karuniaNya, Syukur alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw terhadap Perilaku Berbusana Muslimah Followersnya” guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial (S.Sos) Strata-1 Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, di antaranya:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag, M.A
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
6. Seluruh dosen dan karyawan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terima kasih atas ilmu dan bantuannya.

7. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi agar lancarnya penulisan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat terbaik penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, selalu menemani dan membantu, sabar dalam memberikan masukan serta selalu memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman dari keluarga besar KPI angkatan 2017 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan bantuan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

Serta semua pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat menjadi sedikit tambahan referensi bagi para pembaca lainya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya serta mohon maaf apabila ada salah kata.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 1 Agustus 2023

Penyusun,



Devia A Talikasih

17102010084

ABSTRAK

Devia Anggraeni Talikasih, 17102010084, 2023. Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw terhadap Perilaku Berbusana Muslimah Followersnya. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini bertujuan mengetahui apakah adanya pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah pada followers akun Instagram @saritiw. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Uses and Effect. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang dijawab oleh 270 responden dari followers Instagram @saritiw. Pengolahan data pada penelitian ini dibantu dengan aplikasi IBM SPSS Statistics 25. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh mengakses akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah pada followers @saritiw.

Kata Kunci : Intensitas Mengakses, Instagram, Perilaku Berbusana Muslimah,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This thesis entitled "The Influence of Intensity in Accessing the Instagram Account @saritiw on the Dressing Behavior of Muslimah Followers" was conducted by Devia Anggraeni Talikasih, student ID 17102010084, in 2023. The study was carried out at the Department of Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Dakwah and Communication, State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta. The main objective of this research was to examine the potential impact of accessing the Instagram account @saritiw on the dressing behavior of Muslimah followers who follow this account. The theoretical framework employed in this study was the Uses and Effects theory.

This research followed a quantitative approach, with data being collected through the distribution of questionnaires to 270 respondents who were followers of the Instagram account @saritiw. The data collected was then analyzed using the IBM SPSS Statistics 25 software. The findings of this study revealed a significant influence of accessing the Instagram account @saritiw on the dressing behavior of Muslimah followers @saritiw.

Keywords: Intensity of Access, Instagram, Dressing Behavior of Muslimah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	ixii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Kerangka Teori	9
F. Desain Penelitian	27
G. Hipotesis	28
H. Sistematika Pembahasan	28
BAB II METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Definisi Konseptual	30
C. Definisi Operasional	31
D. Populasi dan Sampel	33
E. Instrument Penelitian	35
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
H. Analisis Data	38
BAB III GAMBARAN UMUM	41
A. Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw	41

B. Profil Sari Indah Pratiwi	41
C. Karakteristik Responden	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	44
B. Uji Validitas & Reliabilitas.....	46
C. Uji Asumsi Klasik.....	50
D. Uji Hipotesis	52
E. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	61
Lampiran 1.....	61
Lampiran 2.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Operasional	32
Tabel 2.2 Tingkat Nilai Korelasi.....	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Perilaku Berbusana Muslimah	45
Tabel 4.3 Uji Validitas variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw	47
Tabel 4.4 Uji Validitas variabel Perilaku Berbusana Muslimah.....	48
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw	49
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Berbusana Muslimah Followers	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Regressi Sederhana.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefesien Determinasi	53

[DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir 27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Variabel X dan Variabel Y	61
Lampiran 2. Hasil Olah Data	70



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman semakin maju membuat teknologi pun semakin canggih dan mengalami perkembangan yang sangat pesat termasuk dalam hal berkomunikasi. Saat ini banyak kegiatan manusia menggunakan internet untuk berkomunikasi. Dengan adanya internet ini menjadi awal munculnya new media yaitu media sosial yang saat ini marak digunakan oleh manusia karena kemudahannya untuk diakses kapanpun dan dimanapun berada. Media sosial atau yang sering disebut dengan jejaring sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan para penggunanya untuk berkomunikasi dan berbagi informasi melalui internet.¹

Salah satu media sosial yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat hingga kini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu platform yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berbagi dalam bentuk gambar dan video serta pengguna dapat menikmati berbagai fitur menarik terbaru yang diluncurkan Instagram. Di awal kemunculan Instagram, masyarakat hanya menggunakan aplikasi ini untuk berbagi momen saja atau sekedar bersosialisasi dengan pengikutnya. Namun seiring berjalannya waktu, Instagram semakin berkembang memberikan fitur-fitur yang dapat menjadi lahan bisnis bagi masyarakat. Kemampuan media sosial ini sebagai layanan bertukar pesan antar

¹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/jejaring%20sosial> diakses 11 Juni 2022

pengguna telah mengubah pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Munculnya jejaring sosial ini telah menciptakan suatu interaksi sosial, dimana adanya kontak sosial yang terjadi diantara anggota masyarakat yang saling membangun makna yang luas dalam berkomunikasi satu dengan yang lainnya.²

Dalam artikel Liberty Jemadu dan Dicky Prasetya di suara.com tanggal 23 Februari 2022 data menunjukkan jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang atau setara 35,7 persen dari total populasi. Dari jangkauan iklan Instagram, ada 52,3 persen audiens adalah pengguna perempuan, sementara 47,7 persen sisanya adalah laki-laki.³ Instagram cukup memiliki pengaruh yang besar bagi seseorang dan dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi penggunanya. Dampak positif dari penggunaan Instagram adalah masyarakat menjadi lebih mudah dalam mengakses informasi yang nyaman dan memberikan informasi sesuai dengan target marketnya. Sedangkan dampak negatif yang harus diwaspadai adalah maraknya modus kejahatan baru berbasis cyber.

Instagram merupakan sosial media yang berbasis foto dan video. Karena antusias masyarakat dalam mengakses Instagram luar biasa, Instagram meluncurkan fitur terbarunya yaitu Instastory pada tahun 2016 yang memungkinkan penggunanya dapat berbagi foto dan video setiap harinya dalam 15 detik dan dapat dilihat selama 24 jam. Saat ini Instagram digunakan tidak hanya sebagai akun pribadi saja, namun banyak pula akun-

² Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi, (Jakarta : Kencana, 2006), hlm. 166.

³ <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022> diakses 11 Juni 2022

akun besar yang memberikan hiburan, informasi, gosip, referensi berbusana, dan masih banyak lagi. Hal ini membuat Instagram semakin naik daun dan memunculkan istilah selebgram bagi pengguna yang eksis dan memiliki banyak penggemar. Selebgram atau akronim dari selebritis dan Instagram adalah mereka yang terkenal melalui media sosial Instagram. Di Indonesia sendiri banyak selebgram berhijab yang membagikan cara berbusana mereka dan menjadi referensi bagi wanita Muslimah yang terkadang bingung dalam mencocokkan gaya busana serta hijab mereka agar terlihat lebih trend dan kekinian. Hijab saat ini menjadi trend baru di dunia mode. Bahkan sekarang ini banyak wanita yang menggunakan hijab dan dapat di terima di kalangan masyarakat. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, hijab pun memiliki perubahan besar akibat dari penyebarannya melalui media sosial Instagram. Kreatifitas busana kini memiliki perkembangan pesat menghasilkan beberapa gaya berbusana hijab yang modern.

Hijab merupakan kewajiban bagi setiap Muslimah untuk menutupi tubuh di bagian rambut, dada dan bagian tubuh lainnya terutama saat berpergian ke luar rumah sebagaimana tertulis dalam Q.S Al-Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزُوجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ۚ ذَلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: "Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, "Hendaklah mereka menutupkan

*jilbabnya ke seluruh tubuh mereka." Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang."*⁴

Dalam ayat ini, Allah memerintahkan kaum wanita untuk menutup auratnya dengan jilbab untuk melindungi hamba-Nya. Tujuannya adalah untuk menjaga kehormatan dan keselamatan wanita saat beraktivitas. Meskipun menggunakan jilbab bukan berarti gerak dan perkembangan perempuan akan dibatasi, jilbab juga bukan bentuk kelemahan perempuan. Justru wanita muslim yang berjilbab terlihat menjunjung tinggi kehormatan dan martabatnya sebagai perempuan.

Kelompok keagamaan yang berbeda menyatakan dirinya berbeda dari agama lain dengan menggunakan seragam khas tertentu yang menandakan bahwa ia adalah penganut atau pengikut agama tertentu. Sebagian besar agama telah mengungkapkan jenis pakaian khusus untuk fungsi tertentu. Dengan mengenakan pakaian itu, berarti identitas diri ditegaskan dalam ruang publik dan berarti pula pemisahan diri dari kelompok keagamaan yang lain.⁵ Bagi sebagian orang menunjukkan penampilan diri itu penting, karena dapat menunjukkan jati diri kita kepada orang lain. Dari penampilan pun orang juga bisa menilai diri kita yang sebenarnya. Dengan mengenakan pakaian yang sopan, rapi dan bersih akan menambah rasa percaya diri seseorang serta memberi kesan yang baik.

Dalam penelitian ini, dengan meningkatnya intensitas mengakses media sosial yaitu Instagram, pendekatan ini tidak mencakup keseluruhan proses

⁴ Referensi Alquran dan Terjemahan, <https://quran.kemenag.go.id/sura/33> ayat 59.

⁵ Idy Subandy Ibrahim, Budaya Populer sebagai Komunikasi, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. 270-271.

komunikasi karena sebagian besar audiens hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan mereka sebagai suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan media) dalam tindakan seseorang meniru orang lain melalui perilaku dan penampilannya.

Dalam masalah ini karena Instagram adalah salah satu cara untuk mempopulerkan busana Islami yang cukup efektif, peneliti menemukan salah satu akun Instagram selebgram hijab asal Bandung yaitu @saritiw yang memiliki nama panjang Sari Indah Pratiwi yang sudah lama berkecimpung di dunia Instagram dan menjadi salah satu selebgram dengan jumlah followers sebanyak 1 juta dengan 3.808 postingan per 23 Agustus 2022. Instagram @saritiw sangat digemari perempuan kalangan muda karena cara berpakaian dan hijabnya yang sopan tapi tetap terlihat trendy. Oleh karena itu, Instagram @saritiw ini akan dijadikan sebagai objek penelitian melalui followers akun tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian tentang perilaku followers akun @saritiw dalam berbusana Islami layak untuk diteliti lebih lanjut. Karena terdapat faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam berbusana Islami dengan mengakses akun Instagram @saritiw ini terhadap followersnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas dalam mengakses akun Instagram @saritiw?
2. Bagaimana perilaku berbusana muslimah followers @saritiw?

3. Apakah terdapat pengaruh akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah pada followers akun Instagram @saritiw?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui intensitas mengakses akun Instagram @saritiw.
2. Untuk mengetahui perilaku berbusana muslimah pada followers @saritiw.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah pada followers akun Instagram @saritiw.

2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu dalam bidang komunikasi yaitu berkaitan tentang media baru khususnya Instagram mengenai pengaruhnya dalam berkomunikasi di era teknologi yang semakin modern dan apa dampaknya bagi masyarakat.

2. Manfaat Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang dijadikan salah satu acuan pengetahuan bagi perempuan Muslimah dalam berbusana dan cara menyikapi perkembangan teknologi media sosial Instagram.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan intensitas mengakses akun Instagram seseorang terhadap gaya berbusana followersnya :

1. Skripsi yang ditulis oleh Regita Cahyadi Hoesny dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @gitasav Terhadap Perilaku Berbusana Islami” skripsi ini membahas tentang bagaimana pengaruh yang ditimbulkan dari intensitas mengakses Instagram @gitasav terhadap perilaku berbusana followersnya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @gitasav terhadap perilaku berbusana Islami pada followers. Artinya, perilaku berbusana Islami pada followers Instagram @gitasav dapat dijelaskan dari tinggi rendahnya intensitas followers akun tersebut dalam mengakses Instagram.
2. Skripsi yang ditulis oleh Eka Nanda Wulandari dengan judul “Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @hijabercommunityofficial” skripsi ini membahas tentang bagaimana komunitas Hijabers Community dalam mempopulerkan fashion hijab melalui Instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Fashion hijab yang divisualisasikan pada akun Instagram @hijaberscommunityofficial semuanya berbalut pakaian yang modern namun tetap dengan syariat Islam yang tidak ketat dan membentuk

tubuh. Khalayak mengkonstruksi bahwasanya pakaian yang digunakan oleh Hijabers Community dapat menginspirasi khalayak.

b. Hijab Day merupakan kegiatan yang mengedepankan fashion. Dan topik yang menggunakan hashtag berkaitan dengan fashion.

c. Terdapat interaksi serta aktivitas yang dilakukan oleh para pengunjung atau pengikutnya melalui tanda “love” dan komentar.

d. Hijabers Community memanfaatkan budaya yang saat ini populer dengan menggabungkan media yang sedang populer dengan cara mempublikasikan fashion hijab melalui akun Instagramnya.

3. Skripsi yang ditulis oleh Elok Latifah dengan judul “Pengaruh Akun Dakwah Instagram Terhadap Keagamaan Siswa di SMAN 17 Surabaya” skripsi ini membahas tentang pengaruh informasi akun dakwah Instagram terhadap perubahan sikap keagamaan siswa pengguna Instagram di SMAN 17 Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa siswa yang mengakses akun dakwah Islami cukup baik namun dengan durasi yang tidak terlalu lama sehingga kurang adanya tanggapan berupa komentar yang diberikan setelah membaca postingan akun tersebut. Selain itu sikap keagamaan yang dimiliki oleh siswa pengguna Instagram di SMAN 17 Surabaya menunjukkan hasil yang baik pula.

4. Skripsi yang ditulis oleh Annisa Ainussalma dengan judul “Pengaruh Fashion Style dalam Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswi” skripsi ini membahas tentang bagaimana pengaruh Fashion

Style dalam Instagram terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswi (Studi kasus mahasiswi Pendidikan IPS UIN Jakarta). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Fashion Style dan keberadaan akun selebgram di Instagram mempengaruhi gaya busana yang menjadikannya terinspirasi untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

E. Kerangka Teori

1. Pengaruh

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengaruh merupakan suatu daya yang ditimbulkan oleh sesuatu, terdapat orang maupun benda hidup ataupun mati yang dapat membangun sifat/watak, kepercayaan maupun perilaku dari seseorang. Selain itu, terdapat pengertian lain sebelumnya yang telah dikemukakan, yaitu pengaruh adalah suatu daya dari sesuatu hal yang mengakibatkan, membentuk atau mengubah sesuatu yang lain.

Pengaruh merupakan keadaan dimana hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang di pengaruhi. Dari dua hal tersebut, adalah yang akan dihubungkan dan dicari apakah ada hal yang menghubungkan antara keduanya. Dari sudut pandang lain, pengaruh merupakan berupa daya yang dapat menyebabkan sesuatu,

menjadikan sesuatu berubah. Maka jika salah satu yang disebut pengaruh tersebut berubah, maka akan ada akibat yang ditimbulkannya.⁶

Berdasarkan konsep pengaruh di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh merupakan suatu reaksi yang timbul dari suatu perlakuan akibat dorongan untuk mengubah atau membentuk suatu keadaan kearah yang berbeda. Penelitian ini menggunakan konsep pengaruh sebagai pengukuran derajat keeratan antar variabel dan memenuhi pola kausalitas sebab akibat dari sebuah variabel terhadap variabel lainnya.

2. Intensitas

a. Definisi Intensitas

Intensitas merupakan suatu semangat, keseriusan, kehebatan, ketekunan, kesungguhan, kedahsyatan, kedalaman, ketajaman, kekuatan. Intensitas juga dapat diartikan dengan intensif, yaitu intens, sungguh-sungguh, serius, mendalam. Lalu untuk intens memiliki arti energik, giat, bersemangat, tekun, kuat, gentur, tajam, getol, giat intensif, keras, khusyuk, sungguh-sungguh, teruk, dahsyat, hebat, mencolok.⁷ Intensitas memiliki arti lain, yaitu kekuatan sikap atau kedalaman terhadap sesuatu yang belum pasti serupa walau kemungkinan memiliki arah yang tidak berbeda.⁸ Tingkatan dapat mengilustrasikan sesering apa untuk media sosial Instagram digunakan oleh followers @saritiw untuk mengakses

⁶ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia" Jurnal Publiciana, Vol. 9 No. 1 2020, Hal 141.

⁷ Departemen Pendidikan Nasional, Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia : Pusat Bahasa, (Bandung : PT Mizan Pustaka, 2009), h. 242.

⁸ Azwar, Metode Penelitian, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

konten-konten dari @saritiw dalam periode waktu yang tertentu, berinteraksi maupun mendapatkan beberapa informasi di kolom komentar, DM (Direct Message) ke akun selebgram @saritiw.

Menurut Ajzen (1991) intensitas diartikan sebagai suatu usaha individu dalam melakukan suatu tindakan, yang dimana tindakan tersebut dilakukan pada kurun waktu tertentu dan memiliki jumlah volume tindakan yang dikatakan memiliki intensitas.⁹

Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa intensitas adalah kekuatan ataupun kesungguhan seseorang dalam mengakses media untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi tujuannya. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.¹⁰

b. Aspek-Aspek Intensitas

Menurut Horrigan (2002) intensitas dapat terjadi jika terdapat dua aspek yang mendukung, diantaranya:

1) Durasi

Durasi kegiatan yaitu dalam melakukan suatu kegiatan terdapat seberapa lama kemampuan penggunaannya. Diartikan seberapa lama waktu dalam mengakses media mempunyai peran yang penting untuk

⁹ Awaliya Frisnawati. "Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prososial pada Remaja." E-Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan. Vol. 1, No. 1 Desember 2012.

¹⁰ Jalaludin Rakhmat. Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi dengan Contoh Analisis Statistik. (Bandung : Remaja Rosdakarta, 205) hal. 66.

sikap seseorang dipengaruhi. Sewaktu seseorang tersebut memakai waktunya dalam berkegiatan, artinya orang tersebut memiliki motivasi dalam dirinya.

2) Frekuensi

Frekuensi kegiatan yaitu seberapa tingkat sering seseorang dalam melakukan kegiatan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu. Contoh, seberapa sering media sosial Instagram dipakai untuk mengakses konten dalam kurun waktu tertentu.

3. Teori Use and Effect

Penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh intensitas akses terhadap khalayak pada dasarnya cenderung menggunakan teori uses and effect. Teori uses and effect pertama kali dikemukakan oleh Sven Windah yang merupakan sintesis antara pendekatan uses and gratification dan teori tradisional mengenai efek. Konsep dari “penggunaan” menjadi hal terpenting dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan pemikiran tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa.¹¹

Dalam konteks lain, hal ini merupakan sebuah proses yang lebih kompleks, dimana sebuah isi media dikonsumsi untuk memenuhi sebuah fungsi tertentu dan hal itu terkait dengan harapan tertentu untuk dapat dipenuhi. Dalam use and gratification, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh

¹¹ Ardianto, Elvinaro, Komala Lukiati Komala dan Karlinah Siti. Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2007, hal 7.

kebutuhan dasar individu, sementara pada use and effects kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses pada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.¹²

Dalam penelitian ini prinsip dasar yang terkandung yaitu, dimana para pengguna media massa mendapatkan suatu effects setelah menggunakan media massa tertentu. Dengan demikian seorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audiens. Demikian halnya pada Instagram @saritiw yang membagikan postingan dan informasi tentang outfit berhijab kepada followersnya. Postingan tersebut akan membuat followersnya tertarik untuk mengikuti gaya berpakaian muslimahnya dan otomatis menerima effects setelah mengakses Instagram tersebut.

4. New Media

Dalam buku *The New Media Reader* yang ditulis oleh Lev Manovich memaparkan bahwa media baru merupakan objek budaya dan paradigma baru dari dunia media massa di kalangan masyarakat umum. Untuk penyebaran media baru menggunakan teknologi bernama computer lalu melalui data digital dan dikendalikan menggunakan aplikasi tertentu. Maka dari itu, media baru yaitu model penyebaran informasi dengan metode terbaru yang memanfaatkan teknologi seperti perangkat lunak.¹³

¹² Ibid. Hal 8

¹³ Internet: 8 Teori New Media Menurut Para Ahli, diakses pada tanggal 23 Agustus 2022. <https://pakarkomunikasi.com>

Saluran media saat ini banyak terdapat pilihan sehingga membingungkan. Saluran televisi kabel dan program siaran terdapat ratusan sesuai permintaan yang dapat diakses setiap harinya, ditambah akses internet yang terdapat beraneka ragam isi dan tanpa batas. Selanjutnya dan mungkin yang lebih penting saat ini teknologi media baru memberi peluang bagi selera dan mengkreasi isi media seperti blog, halaman, Facebook, portal dan catatan harian video Youtube.

Media baru memiliki ciri utama yaitu terdapatnya saling keterkaitan, setiap akses terhadap individu yang mana sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.¹⁴

5. Social Media

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Social media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram dan Wikipedia. Definisi lain dari social media juga dijelaskan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya social media adalah media dimana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog,

¹⁴ McQuail, Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1 (Jakarta: Salemba Humanika), 2011, H. 43.

jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar/karakter 3D).¹⁵

6. Instagram

Boyd dan Ellison (2008:11) mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau semi-umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat-lihat dan mengamati daftar koneksi yang mereka miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem tersebut. Situs jejaring sosial dianggap sebagai ekstensi diri di dunia maya dan hubungan-hubungan yang ada di dalamnya juga merupakan ekstensi dari hubungan-hubungan yang benar-benar ada. Hal ini, didukung dalam penelitian yang dilakukan Lampe (dalam Puntoadi, 2011:2), yang menemukan bahwa alasan penggunaan situs jejaring sosial adalah untuk mencari orang-orang yang mereka kenal dan berinteraksi dengan teman-teman tersebut, dan bukan untuk mencari teman-teman baru.¹⁶

Instagram adalah media yang membeberkan kemudahan cara berbagi secara online dengan foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan untuk mengambil dan membagi ke teman mereka.¹⁷ Instagram awalnya dikembangkan oleh startup bernama Burbn, Inc yang

¹⁵ M. Arif Wicaksono, "PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @WISATADAKWAHOKURA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS" Jurnal Fisip Universitas Riau, Vol. 4 No. 2-Oktober 2017, Hal 7.

¹⁷ Dian Budiargo, Berkomunikasi Ala New Generation, (Jakarta:PT Elex Media Computindo, 2015), 48.

dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger tahun 2010. Di tangan keduanya Instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia [membelinya](#) seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012.¹⁸

Instagram memiliki banyak pengguna karena kemudahan dan kreativitas fitur-fitur yang diluncurkan Instagram seperti: story Instagram, efek foto, reels, dan masih banyak lagi. Dengan fitur-fitur tersebut orang-orang berlomba-lomba membagikan momen dirinya dalam bentuk feed atau story Instagram. Semenjak kehadiran Instagram orang menjadi lebih gemar berfoto dan mengekspresikan dirinya. Adanya fitur komentar dan like menjadikan orang semakin tertarik untuk memposting karena dapat menambah relasi pertemanan dan berkomunikasi dengan orang baru.

7. Perilaku Berbusana Muslimah

a. Perilaku

Perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan, yang diamati secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Walgito, perilaku terjadi jika ada sesuatu yang dapat menimbulkan reaksi yaitu berupa rangsangan tertentu.¹⁹ Secara operasional, perilaku dapat diartikan suatu respon organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar objek tersebut. Perilaku manusia ada suatu aktivitas manusia itu

¹⁸ Internet : Apa Itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?, diakses pada 23 Agustus 2022. <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-Instagram>

¹⁹ I Wayan Candra, I Gusti Ayu Harini, I Nengah Sumirta, Psikologi Landasan Keilmuan Praktik Keperawatan Jiwa, (Yogyakarta: Andi, 2017),9.

sendiri.²⁰ Menurut Skinner dalam (Notoatmodjo, 2010), merumuskan bahwa perilaku merupakan respons atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Dengan demikian, perilaku manusia terjadi melalui proses: Stimulus => Organisme => Respons, sehingga teori Skinner ini disebut dengan teori “S-O-R” (stimulus-organisme-respons).²¹

Macam-macam perilaku yang mengikuti menurut Geungan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara seperti gaya bicara, gaya berpakaian, cara menyatakan diri karena memperhatikan kebiasaan yang sering digunakan atau dilakukan oleh orang yang dikaguminya.²²

Ada beberapa jenis macam perilaku yang ditinjau dari sudut pandangan yang berbeda, antara lain:

- a) Perilaku tertutup ini perilaku yang tidak dapat ditangkap melalui indera, melainkan harus menggunakan alat pengukuran tertentu, seperti psikotes. Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada kesadaran, persepsi, pengetahuan/kesadaran, dan sikap yang belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.

²⁰ Rusmanto, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap dan Perilaku Masyarakat Terhadap Kepatuhan Minum Obat Anti Filaria di RW II Kelurahan Pondok Aren, (Skripsi Sarjana, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan UIN, 2013), 25, diakses pada tanggal 27 Agustus 2022, Pukul 13.30 WIB.

²¹ Irmayanti Diah Jati Ningsih, I Gede Suhartawan, “Perilaku Berbusana Remaja Putri Pada Saat Persembahan di Pura Agung Wana Kertha Jagatnatha Kota Palu” Jurnal STAH Dharma Sentana Sulawesi Tengah, Vol. 11 No. 2-Oktober 2020, Hal 24.

²² W.A Gerungan, Psikologi Sosial (Bandung: PT Tarsito, 2004), 6B.

b) Perilaku terbuka yaitu perilaku yang bisa langsung dapat di observasi melalui alat indera manusia, perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek.

Perilaku baru dalam diri seseorang ini menimbulkan kesadaran yang dimana orang tersebut menyadari dalam arti mengetahui terlebih dahulu terhadap objek, dimana seseorang mulai tertarik terhadap objek tersebut lalu mempertimbangkan baik atau tidaknya objek tersebut bagi dirinya. Hal ini berarti sikap responden sudah lebih baik lagi sehingga ia mulai mencoba perilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran dan sikapnya terhadap objek. Teori tindakan beralasan (Theory of Reasoned Action) yang diusulkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), dan diperbaharui dengan teori perilaku direncanakan (theory of planned behavior) oleh Ajzen (1991), telah digunakan selama dua dekade masa lalu untuk meneliti keinginan dan perilaku berbagai. Teori tindakan beralasan Ajzen dan Fishbein, (1980), mengasumsikan perilaku ditentukan oleh keinginan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu atau sebaliknya. Keinginan ditentukan oleh dua variabel independen termasuk sikap dan norma subyektif.²³

²³ Mahyarni, "Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku" Jurnal El-Riyasah UIN Suska Riau Vol. 4, No.1, Hal 13.

b. Aspek-Aspek Perilaku

Gabriel Tarde menyebutkan bahwa segala aspek kehidupan sosial manusia didasari oleh berbagai faktor dapat mendorong seseorang kepada hal yang positif maupun negatif.²⁴ Aspek perilaku manusia dalam kaitannya sebagai makhluk individu sekaligus sebagai makhluk sosial merupakan permasalahan penelitian yang menarik untuk dikaji pada ruang terbuka publik. Bagaimana karakter individu mereka dipertahankan dalam suatu ruang sosial seperti halnya ruang terbuka publik ini. Berikut adalah aspek-aspek dalam perilaku yaitu:

- a. Motif ingin tahu, seseorang berusaha memahami dan memperoleh dari dunianya. Seseorang memerlukan kerangka rujukan untuk mengevaluasi situasi baru dan mengarahkan tindakan yang sesuai. Orang akan menarik kesimpulan sendiri tanpa menunggu informasi itu lengkap terlebih dahulu.
- b. Kebutuhan identitas, kebutuhan untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasih sayang, ialah kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi di dunia. Hilangnya identitas diri akan menimbulkan perilaku yang patologis seperti gelisah, impulsif, mudah terpengaruh dan sebagainya.
- c. Kebutuhan akan pemenuhan diri. Kebutuhan akan pemenuhan diri ini dilakukan melalui berbagai yakni menggunakan dan

²⁴ Tri Dayaksini dan Hudaniyah, Psikologi Sosial, (Malang : UMM Press, 2012), 106.

mengembangkan segenap potensi kita dengan cara kreatif konstruktif, yaitu dengan seni, musik, lukis, dan lain-lain.

- d. Sikap dan emosi. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi dan relatif lebih menetap. Emosi menunjukkan kegoncangan organisme yang disertai oleh gejala-gejala kesadaran, keperilakuan, dan proses psikologis.
- e. Kepercayaan. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa sesuatu itu benar, atau salah, atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman, atau intuisi. Sesungguhnya isi dari pengetahuan adalah juga kepercayaan, hanya bobot dari kepercayaan itu lebih kuat dan mendalam dari hanya sekedar pengetahuan.
- f. Kebiasaan. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan. Kebiasaan mungkin merupakan hasil pelaziman yang berlangsung pada waktu yang lama atau sebagai reaksi khas yang diulangi seseorang berkali-kali.
- g. Kemauan. Kemauan erat kaitannya dengan tindakan, bahkan ada yang mendefinisikan kemauan sebagai tindakan yang merupakan usaha seseorang untuk mencapai tujuan.

c. Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Menurut Sunaryo (2004) faktor yang mempengaruhi perilaku manusia yaitu:

1. Faktor genetik atau faktor endogen Faktor genetik atau keturunan merupakan konsepsi dasar atau modal untuk kelanjutan perkembangan perilaku makhluk hidup itu. Faktor genetik berasal dari dalam diri individu (endogen), antara lain:

- a. Jenis ras, setiap ras di dunia memiliki perilaku yang spesifik, saling berbeda satu dengan yang lainnya.
- b. Jenis kelamin, perbedaan perilaku pria dan wanita dapat dilihat dari cara berpakaian dan melakukan pekerjaan sehari-hari. Pria berperilaku atas dasar pertimbangan rasional atau akal, sedangkan wanita atas dasar pertimbangan emosional atau perasaan. Perilaku pada pria disebut maskulin sedangkan pada wanita disebut feminin.
- c. Sifat fisik, kalau kita amati perilaku individu akan berbeda-beda karena sifat fisiknya, misalnya perilaku individu yang pendek dan gemuk berbeda dengan individu yang memiliki fisik tinggi kurus.
- d. Sifat kepribadian. Salah satu pengertian kepribadian yang dikemukakan oleh Maramis (1999) adalah “keseluruhan pola pikiran, perasaan, dan perilaku yang sering digunakan oleh seseorang dalam usaha adaptasi yang terus menerus terhadap hidupnya”. Kepribadian menurut masyarakat awam adalah bagaimana individu tampil dan menimbulkan kesan bagi individu lainnya.

- e. Bakat pembawaan. Bakat merupakan interaksi dari faktor genetik dan lingkungan serta bergantung pada adanya kesempatan untuk pengembangan.
- f. Intelegensi adalah kemampuan untuk membuat kombinasi, sedangkan individu yang inteligen yaitu individu yang dalam mengambil keputusan dapat bertindak tepat, cepat, dan mudah. Sebaliknya bagi individu yang memiliki intelegensi rendah dalam mengambil keputusan akan bertindak lambat.

2. Faktor eksogen atau faktor dari luar individu

- a. Faktor lingkungan. Lingkungan di sini menyangkut segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik fisik, biologis maupun sosial.
- b. Pendidikan. Secara luas pendidikan mencakup seluruh proses kehidupan individu sejak dalam ayunan hingga liang lahat, berupa interaksi individu dengan lingkungannya, baik secara formal maupun informal. Proses dan kegiatan pendidikan pada dasarnya melibatkan masalah perilaku individu maupun kelompok.
- c. Agama. merupakan tempat mencari makna hidup yang terakhir atau penghabisan. Agama sebagai suatu keyakinan hidup yang masuk ke dalam konstruksi kepribadian seseorang sangat berpengaruh dalam cara berpikir, bersikap, bereaksi, dan berperilaku individu.
- d. Sosial ekonomi. telah disinggung sebelumnya bahwa salah satu lingkungan yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang adalah

lingkungan sosial. Lingkungan sosial dapat menyangkut sosial budaya dan sosial ekonomi.

- e. Kebudayaan. merupakan ekspresi jiwa terwujud dalam cara-cara hidup dan berpikir, pergaulan hidup, seni kesusastraan, agama, rekreasi dan hiburan.

3. Faktor-faktor Lain

- a. Susunan Saraf Pusat. Memegang peranan penting karena merupakan sarana untuk memindahkan energi yang berasal dari stimulus melalui neuron ke sistem saraf tepi yang seterusnya akan berubah menjadi perilaku.
- b. Persepsi. Merupakan proses diterimanya rangsangan melalui panca indera yang didahului oleh perhatian (attention) sehingga individu sadar tentang sesuatu yang ada didalam maupun diluar dirinya.
- c. Emosi. Emosi adalah manifestasi perasaan atau efek karena disertai banyak komponen fisiologik, biasanya berlangsung tidak lama.

d. Busana

Busana adalah sinonim dari kata “pakaian” yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai barang apa yang dipakai (baju, celana, dan sebagainya).²⁵ Busana sebenarnya dapat menjadi suatu ekspresi atau ungkapan pribadi setiap orang yang berbeda-beda.

²⁵ KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Kamus Online, diakses pada 27 Agustus 2022, Pukul 13.30 WIB.

Perubahan mode yang menyangkut busana akan terjadi lebih cepat dibandingkan dengan perubahan kebudayaan secara keseluruhan. Dalam dunia fashion terkenal dengan istilah fashionable yang dapat menunjukkan seseorang mengikuti perkembangan mode terbaru atau tidak.

Busana merupakan salah satu kebutuhan utama setiap manusia selain pangan dan papan. Busana berfungsi sebagai penutup dan pelindung tubuh. Selain itu kini busana berfungsi sebagai identitas diri seseorang. Untuk itu, gaya berbusana kini banyak diperhatikan setiap orang karena hal ini dianggap bisa berdampak pada nilai diri mereka di hadapan publik. Hal itu menjadi bahan pertimbangan kenapa busana sangat penting bagi perkembangan kehidupan manusia. Seorang Muslimah menggunakan hijab untuk menutup aurat dan menunjukkan identitasnya sebagai penganut agama Islam.

e. Busana Muslimah

Sebagaimana pengertian perempuan muslimah menurut Ibn Mazhur dalam buku Huzaemah Tahido Yanggo, perempuan muslimah adalah perempuan yang beragama Islam, perempuan yang patuh dan tunduk, perempuan yang menyelamatkan dirinya atau orang lain dari bahaya²⁶ Menjadi wanita muslimah sejati tidaklah begitu sulit seperti yang diperkirakan dan wanita muslimah sejati tentunya memiliki kriteria

²⁶ Huzaemah Tahido Yanggo, Fikih Perempuan Kontempore, (Bogor: 2010, Ghalia Indonesia), Hal. 11.

tertentu. Menurut Dr. Muhammad Ali Hasyim dalam bukunya “Kepribadian Wanita Muslimah Menurut Al-Qur’an dan As-Sunnah” ada beberapa kriteria yang mencerminkan wanita muslimah, yaitu:

1. Berbakti dan Mengetahui Kewajiban Terhadap Kedua Orang Tua

Diantara sifat wanita muslimah yang menonjol adalah baktinya kepada kedua orang tua. Wanita muslimah yang bertakwa lagi mengerti tentang agamanya. Dirinya berusaha habis-habisan mencari ridha mereka sekalipun ia punya suami, tempat tinggal, anak, dan setumpuk tugas dan tanggung jawab.

2. Kewajiban wanita muslimah terhadap suaminya Berbakti kepada suami, taat dan berbakti kepada suami, berusaha selalu memperoleh kasih sayang suami dan ridhanya, selalu mendampingi suami dan membantu pikirannya

3. Kewajiban wanita muslimah terhadap anak-anaknya Tanggung jawab terhadap anak, memelihara anak, wanita muslimah harus

selalu ingat bahwa tanggung jawab seorang ibu dalam mendidik anak dan membentuk kepribadiannya lebih besar.²⁷

Dalam pemakaian busana muslimah ada aspek-aspek yang mendorong atau memotivasikan untuk mengenakan pakaian tersebut.

Motivasi itu sendiri merupakan istilah yang lebih umum digunakan, yang dalam Bahasa Inggris disebut dengan motive yang berasal dari kata

²⁷ Hasyimi, Muhammad Ali, Kepribadian Wanita Muslimah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah, (Jakarta: 1999, Akademika Pressindo), Hal. 181.

motion, yang berarti gerakan atau suatu yang bergerak.²⁸ Karena itu motivasi erat hubungannya dengan “gerak”, yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia atau dapat disebut tingkah laku atau amaliyah. Motivasi juga suatu faktor yang menyebabkan aktivitas tertentu menjadi dominan, apabila dibandingkan dengan aktivitas lainnya (ekstrinsik). Motivasi dimana tugas tertentu merupakan cara untuk mencapai tujuan, (intrinsic) dimana suatu tugas merupakan imbalan.²⁹

Menurut M. Quraish Shihab ketika seorang wanita menggunakan busana Islami harus dengan berbagai kriteria yaitu:

- 1) Nilai Religius, ketentuan untuk menutupi seluruh badan selain bagian yang dikecualikan atau menutup aurat. Tetapi tidak boleh memakai pakaian yang menyerupai pakaian laki-laki.
- 2) Nilai Estetika, pakaian yang memberikan keindahan dan kebaikan bagi pemakainya tetapi tidak boleh menampilkan “perhiasan” yaitu kecantikannya dalam pengertian umum yang biasanya tidak ditampilkan oleh wanita baik-baik agar tidak mengundang perhatian laki-laki.
- 3) Nilai Medis, pakaian yang dapat melindungi kesehatan manusia dari berbagai penyakit atau gangguan dari godaan lawan jenis. Maka tidak diperbolehkan memakai pakaian yang ketat dan transparan, bahannya harus yang terbuat dari kain yang tebal.

²⁸ H. Ramaliyus, Pengantar Psikologi Agama, Jakarta: Kalam Mulia, 2022, Cet VI, Hal. 73.

²⁹ Soerjono Soekanto, Kamus Sosiologi, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1993, Cet Ketiga, Hal 281.

8. Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw Terhadap Perilaku Berbusana Muslimah Followersnya

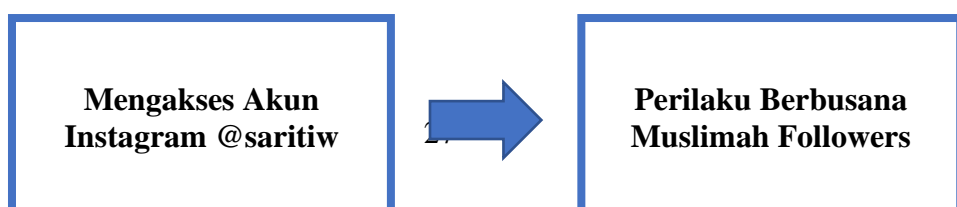
Di era saat ini zaman semakin modern dan maju, informasi yang di dapat oleh individu pun semakin mudah melalui internet. Banyak ilmu pengetahuan yang dapat di akses melalui internet dan individu semakin mudah berkomunikasi dengan adanya media sosial. Saat ini media sosial Instagram sangat diminati masyarakat karena fitur-fitur terbaru yang menarik dan berbagai manfaat yang di dapat seperti kemudahan berkomunikasi antar individu, saling berbagi momen berupa foto dan video, dapat dijadikan sebagai platform bisnis, dll.

Penulis ingin membahas mengenai perubahan perilaku yang terjadi saat mengakses akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah followersnya. Perubahan perilaku berbusana muslimah ini muncul dari efek mengakses akun Instagram @saritiw.

F. Desain Penelitian

Penulis membahas mengenai pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah followers akun Instagram @saritiw. Peneliti menggunakan teori use and effect yang dapat di implementasikan menjadi kerangka berpikir sebagai berikut :

Gambar 1.1
Kerangka Berpikir



Mengakses Instagram merupakan usaha untuk mendapatkan informasi yang di dalamnya terdapat aspek audio yang dapat di dengar dan visual yang dapat dilihat. Hal ini diharapkan sebuah informasi dapat diserap oleh audiens sehingga memperoleh respon baik perasaan, pikiran, maupun perbuatan. Audiens akan menerima stimulus atau rangsangan setelah mengakses akun Instagram @saritiw dan hal ini akan berakibat pada perilaku berbusana muslimah.

G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat.³⁰ Dalam penelitian ini terdapat hipotesis alternative (H_a) dan hipotesis statistic atau nol (H_0) sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh mengakses akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah pada followers saritiw.

H_a : Terdapat pengaruh mengakses akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah pada followers saritiw.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika dalam penelitian ini diuraikan oleh penulis, sebagai berikut :

³⁰ Sugiono, Metode Penelitian Kualitatif R&D (Bandung: Alfabeta, 2012), 64.

BAB I : PENDAHULUAN, berisi uraian meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis serta sistematika pembahasan.

BAB II : METODE PENELITIAN, berisi uraian mengenai metode penelitian yang dilakukan meliputi jenis analisis penelitian, hipotesis, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas serta analisis data.

BAB III : GAMBARAN UMUM, berisi uraian mengenai gambaran umum mengakses akun Instagram @saritiw.

BAB IV : PEMBAHASAN, berisi uraian mengenai pemaparan analisis data yang telah diperoleh dari responden yaitu pengaruh mengakses akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah followersnya.

BAB V : PENUTUP, berisi kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban dari permasalahan yang ditulis pada penelitian, serta saran untuk penelitian mendatang.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya tentang pengaruh dari Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw terhadap perilaku berbusana muslimah followers. Maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw (X) menunjukkan rata-rata dari jawaban bernilai 4,52 yang mana mayoritas responden mengalami keadaan dimana mereka melakukan intensitas mengakses akun Instagram @saritiw yang cukup banyak atau tinggi.
2. Variabel Perilaku Berbusana Muslimah Followers @saritiw (Y) menunjukkan rata-rata dari jawaban bernilai 4,52 yang mana mayoritas responden menyatakan setuju dengan perilaku berbusana muslimah followers yang dirasakan akibat intensitas penggunaan Instagram.
3. Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw memiliki pengaruh bersifat positif terhadap perilaku berbusana muslimah followers Instagram akun @saritiw.

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini berdasarkan penjelasan diatas yaitu terdapatnya pengaruh yang positif pada perilaku berbusana muslimah followersnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari penelitian, dimana sebagian besar responden menyatakan setuju akan adanya perubahan gaya

berbusana mereka setelah mengakses akun instagram @saritiw. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori Uses and Effects, dimana para pengguna media massa mendapatkan suatu effects setelah menggunakan media massa tertentu. Demikian halnya pada Instagram @saritiw yang membagikan postingan dan informasi tentang outfit berhijab kepada followersnya. Postingan tersebut akan membuat followersnya tertarik untuk mengikuti gaya berpakaian muslimahnya dan otomatis menerima effects setelah mengakses Instagram tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas, peneliti ingin memberikan beberapa saran bagi pihak-pihak terkait untuk kedepannya. Berikut ini saran yang ingin peneliti berikan, semoga bermanfaat.

1) Bagi Masyarakat

Semoga masyarakat kedepannya semakin terbuka matanya akan kegunaan Instagram dan rekomendasi-rekomendasi yang ada untuk memperbaiki pribadi baik itu mengubah diri kearah keIslaman ataupun lainnya. Sehingga dalam mengakses Instagram bisa dilakukan dengan baik dan mengabaikan yang tidak benar, guna memperbaiki diri di masa depan.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Semoga peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hal yang sama dengan penelitian ini agar memperluas penelitian ini, dan menggunakan variabel yang aktual dan lebih relevan sehingga penelitian ini semakin berkembang kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala New Generation*. Jakarta : PT Elex Media Computindo.
- Bugin, Burhan. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Candra, I Wayan, I Gusti Ayu Harini dan I Nengah Sumirta. 2017. *Psikologi Landasan Keilmuan Praktik Keperawatan Jiwa*. Yogyakarta : Andi.
- Hasyimi dan Muhammad Ali. 1999. *Kepribadian Wanita Muslimah Menurut Al-Quran dan As-Sunnah*. Jakarta : Akademika Pressindo.
- Ibrahim, Idy Subandi. 2007. *Budaya Populer sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- McQuail. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ramaliyus, H. 2022. *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta : Kalam Mulia.
- Siregar, Syofian. 2011. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta : Kencana.
- Soekanto, Soerjono. 1993. *Kamus Sosiologi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta : Teras.

Yanggo, Huzaemah Tahido. 2010. *Fikih Perempuan Kontemporer*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Internet

<https://hybrid.co.id/post/apa-itu-Instagram> diakses 23 Agustus 2022.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/jejaring%20sosial> diakses 11 Juni 2022.

<https://pakarkomunikasi.com/teori-new-media-menurut-para-ahli> diakses 23 Agustus 2022

<https://quran.kemenag.go.id/sura/33> diakses 11 Juni 2022.

<https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022> diakses 11 Juni 2022.

KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Kamus Online, diakses pada 27 Agustus 2022, Pukul 13.30 WIB.

Jurnal

Anang Sugeng Cahyono, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT INDONESIA" Vol. 9 No. 1 2020.

Irmayanti Diah Jati Ningsih, I Gede Suhartawan, "Perilaku Berbusana Remaja Putri Pada Saat Persembahan di Pura Agung Wana Kertha Jagatnatha Kota Palu"

Jurnal STAH Dharma Sentana Sulawesi Tengah, Vol. 11 No. 2-Oktober 2020, Hal 24.

M. Arif Wicaksono, “PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @WISATADAKWAHOKURA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS” Jurnal Fisip Universitas Riau, Vol. 4 No. 2-Oktober 2017, Hal 7.

Skripsi

Rusmanto. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap dan Perilaku Masyarakat Terhadap Kepatuhan Minum Obat Anti Filaria di RW II Kelurahan Pondok Aren. Skripsi.

Regita Cahyadi Hoesny Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @gitasav Terhadap Perilaku Berbusana Islami. Skripsi.

Eka Nanda Wulandari. Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @hijabercommunityofficial. Skripsi

Elok Latifah. Pengaruh Akun Dakwah Instagram Terhadap Keagamaan Siswa di SMAN 17 Surabaya. Skripsi.

Annisa Ainussalma. Pengaruh Fashion Style dalam Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswi. Skripsi.