

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN
INSTAGRAM @lestykejora TERHADAP PERILAKU
BERPAKAIAN ISLAMI**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

Ramadhan Nur Wahid

NIM 19102010006

Dosen Pembimbing :

Irawan Wibisono, M.I.Kom

NIP 198710302020121003

**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-1771/Un.02/DD/PP.00.9/11/2023

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @LESTYKEJORA
TERHADAP PERILAKU BERPAKAIAN ISLAMI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAMADHAN NUR WAHID
Nomor Induk Mahasiswa : 19102010006
Telah diujikan pada : Senin, 23 Oktober 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Irawan Wibisono, M.I.Kom
SIGNED

Valid ID: 653ad65fa75a7



Penguji I
Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 654866ca31467



Penguji II
Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.
SIGNED

Valid ID: 654b41f72c78c



Yogyakarta, 23 Oktober 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 654dd78293b19



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

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 saudara:

Nama : Ramadhan Nur Wahid

NIM : 19102010006

Judul Skripsi : "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram
@lestykejora Terhadap Perilaku Berpakaian Islami"

Sudah dapat di ajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Ketua Prodi

Yogyakarta, 9 Oktober 2023

Pembimbing Skripsi

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si

NIP 19840307 201101 1 013

Irawan Wibisono, M.I.Kom

NIP 19871030 202012 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ramadhan Nur Wahid
NIM : 19102010006
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran
IslamFakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **“Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @lestykejora Terhadap Perilaku Berpakaian Islami”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Oktober 2023

Yang menyatakan,

A colorful rectangular stamp with a decorative border. Inside the stamp, there is a small illustration of a person and some text. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

Ramadhan Nur Wahid
NIM: 19102010006

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Mukhammad Hariyanto dan Ibunda Sri Wahyuni, serta Adikku Muhammad Taufiqurrahman. Terimakasih atas segala pengorbanan, dukungan, motivasi dan do'a baik yang tiada hentinya.

Almamater Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,

Dan juga untuk diri sendiri, Ramadhan Nur Wahid terimakasih sudah berjuang dan berusaha sampai titik ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Man Jadda ... Wa Jadda ...”

Barang siapa yang bersungguh-sungguh ia akan mendapatkan. (Rhidwan)¹



¹ Edward Rhidwan, *Rahasia Man Jadda Wa Jadda*, (Surabaya: CV Garuda Mas Sejahtera, 2014), hlm. 122.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya, sehingga skripsi dengan judul “PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES AKUN INSTAGRAM @lestykejora TERHADAP PERILAKU BERPAKAIAN ISLAMI” dapat saya selesaikan. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan penerusnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena masih banyak kekurangan dan keterbatasan ilmu yang dimiliki. Pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan berbagai bantuan doa yang tulus dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

4. Almarhum Bapak Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama menjalani proses akademik di perkuliahan
5. Bapak Irawan Wibisono, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa sabar memberikan bimbingan, dukungan, bantuan, dan nasihat serta masukan selama proses penelitian berlangsung hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang banyak memberikan ilmu, pengalaman, serta kasih sayangnya.
7. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Mukhamad Hariyanto dan Ibu Sri Wahyuni. Trimakasih atas segala do'a, kasih sayang, dan pengorbanan yang diberikan dengan penuh keiklasan. Berkat doa restu dan semua dukungan orang tua, saya dapat menyelesaikan pendidikan sarjana dan penelitian untuk skripsi ini.
8. Adik tercinta saya Muhammad Taufiqurrahman, dan semua saudara saya, paman, bibi, serta nenek dan kakek yang telah memberikan dukungan dan semangat yang sangat berharga bagi saya
9. Bapak Muhyiddin dan Ibu Lia yang memberikan banyak bantuan, nasihat, serta pengalaman dan memberikan tempat tinggal selama dua bulan saat proses magang profesi di Jakarta. Kepada Naufal Aqil Muhyiddin dan Daffa Adam yang telah menemani dan berjuang pada saat program magang, serta keluarga besar Humas Direktorat Haji Dan Umrah Kemenag RI yang telah

memberikan banyak ilmu ketika magang pengalaman itu tidak pernah terlupakan.

10. Teman- teman KKN 110 Dusun kentolan Lor, Agam, Udin, Muhib, Imam, Tyas, Rahman, Fiya, Mutia, Faizah, yang telah menemani serta berjuang bersama selama proses KKN.

11. Sahabat saya Fauzan dan Komang yang selalu menemani dan memberikan dukungan dalam setiap pengerjaan skripsi ini.

12. Teman- teman yang baik hati, Zahra Amalia, Riesa Lestari, Febri Ardi, Dina Yunira, Johan Firdaus, yang memberikan semangat dan selalu menghibur satu sama lain dari awal menginjakkan kaki di perkuliahan.

13. Seluruh teman-teman KPI Angkatan 2019 yang banyak membantu dan membersamai selama proses perkuliahan berlangsung.

14. Seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian ini sebagai subjek penelitian, saya mengucapkan terimakasih banyak tanpa mengurangi rasa hormat saya.

Semoga kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini mendapatkan balasan pahala dengan limpahan kasih syang Allah SWT. Penulis mengharapkan adanya masukan, saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan selanjutnya. Semoga sekripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 12 September 2023

Penulis,

Ramadhan Nur Wahid

ABSTRAK

Ramadhan Nur Wahid (19102010006) 2023, Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @lestykejora Terhadap Perilaku Berpakaian Islami.

Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer di dunia, media sosial ini sering digunakan untuk berbagi gambar dan video serta informasi terkait dengan gaya hidup bagi penggunanya, termasuk pakaian. Perilaku berpakaian islami mencakup pemelihan pakaian dengan mengedepankan prinsip dan kriteria pemilihan pakaian menurut norma ajaran agama islam. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti bagaimana intensitas mengakses konten Instagram @lestykejora pada *followers* dan Apakah ada pengaruh antara intensitas mengakses konten @lestykejora dengan perilaku berpakaian islami, yang bertujuan untuk mengetahui intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora pada *followers* dan mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara intensitas mengakses akun instagram @lestykejora terhadap perilaku berpakaian islami pada pengikut akun instagramnya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner online melalui google formulir yang disebar ke pengikut aktif akun Instagram @lestykejora. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden diambil berdasarkan teknik purposive sampling. Sedangkan jenis pendekatan kuantitatif yang digunakan yaitu kuantitatif korelasional dengan mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori Stimulus Organisme Respon yang berasumsi bahwa penyebab perubahan perilaku tergantung pada pesan yang sampai pada komunikan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis data menunjukkan bahwa intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora berkategori tinggi dilihat berdasarkan empat indikator intensitas mengakses, yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Intensitas mengakses berkontribusi sebesar 50,8% terhadap perilaku berpakaian islami, sedangkan 48,2% sisanya dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini. Kesimpulannya, terdapat intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora terhadap pengikutnya, dan terdapat pengaruh intensitas mengakses akun Instagram terhadap perilaku berpakaian islami pada pengikut akun @lestykejora.

Kata Kunci: Intensitas Mengakses, Perilaku Berpakaian, Instagram

ABSTRACT

Ramadhan Nur Wahid (19102010006) 2023, The Influence of Intensity of Accessing the @lestykejora Instagram Account on Islamic Dressing Behavior.

Instagram is one of the most popular social media in the world, this social media is often used to share images and videos as well as information related to lifestyle for its users, including clothing. Islamic clothing behavior includes choosing clothes by prioritizing the principles and criteria for choosing clothes according to the norms of Islamic religious teachings. This research was conducted to examine the intensity of accessing @lestykejora Instagram content on followers and whether there is an influence between the intensity of accessing @lestykejora content and Islamic dressing behavior, which aims to determine the intensity of accessing the @lestykejora Instagram account on followers and determine whether or not there is an influence between the intensity of accessing Instagram account @lestykejora regarding Islamic clothing behavior among followers of its Instagram account.

This research uses quantitative methods, data collection in this research uses an online questionnaire via Google form which is distributed to active followers of the Instagram account @lestykejora. The sample in this study consisted of 100 respondents taken based on purposive sampling technique. Meanwhile, the type of quantitative approach used is correlational quantitative by knowing whether there is a relationship between two or several variables. This research uses the Stimulus Organism Response theory approach which assumes that the cause of behavior change depends on the message received in communication. The data analysis technique used is a simple linear regression analysis technique. The results of data analysis show that the intensity of accessing the @lestykejora Instagram account is in the high category based on four indicators of access intensity, namely attention, appreciation, duration and frequency. Access intensity contributed 50.8% to Islamic clothing behavior, while the remaining 48.2% was influenced by other factors outside this research. In conclusion, there is an intensity of accessing the Instagram account @lestykejora towards its followers, and there is an influence of the intensity of accessing the Instagram account on Islamic clothing behavior among followers of the @lestykejora account.

Keywords: Access Intensity, Dress Behavior, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	13
1. Pengertian Pengaruh	13
2. Intensitas	13
3. Media Sosial Instagram	16
4. Perilaku Berpakain Islami	19
5. Teori Stimulus Organisme Respon (SOR)	31
F. Kerangka Pemikiran	36
G. Hipotesis	36
H. Sistematika Pembahasan	37

BAB II METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	38
B. Variabel Penelitian	38
C. Definisi Konseptual	39
D. Definisi Operasional	43
E. Populasi dan Sampel	44
F. Instrumen Penelitian	46
G. Teknik Pengumpulan Data	48
H. Teknik Uji Prasyarat	50

BAB III GAMBARAN UMUM

A. Profil Lesti Kejora	58
B. Akun Instagram @lestykejora	60
C. Karakteristik Responden	66

BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	68
B. Analisis Deskriptif Data Hasil Penelitian	69
C. Analisis Data	79
D. Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	93
B. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Perilaku Penggunaan Internet	4
Gambar 2 Konten Media Sosial Sering di Kunjungi	6
Gambar 3 Foto Lesti Kejora	56
Gambar 4 Profil Akun Instagram Lesti Kejora	59
Gambar 5 Gaya Hijab Pasminda	60
Gambar 6 Gaya Hijab Asimetris	60
Gambar 7 Gaya Busana Lesti	61
Gambar 8 Tagar Hijab Lesti	61
Gambar 9 Insight Akun Instagram @lestykejora	62

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Devinisi Oprasional Variabel X	42
Tabel 2 Devinisi Oprasional Variabel Y	42
Tabel 3 Skala Intensitas Mengakses Akun @lestykejora	45
Tabel 4 Skala Perilaku Berpakaian	45
Tabel 5 Skala Likert	46
Tabel 6 Instrumen Intensitas Mengakses	47
Tabel 7 Instrumen Perilaku Berpakaian	48
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Variabel X	50
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Variabel Y	51
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas X	53
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Y	53
Tabel 12 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 13 Data Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 14 Skor Hipotetik Data Penelitian	68
Tabel 15 Rumus Perhitungan Kategori Skor Subjek	69
Tabel 16 Kategorisasi Variabel Intensitas Mengakses	69
Tabel 17 Kategorisasi Frekuensi Intensitas Mengakses	70
Tabel 18 Kategorisasi Perhatian Intensitas Mengakses	71
Tabel 19 Kategorisasi Durasi Intensitas Mengakses	72
Tabel 20 Kategorisasi Penghayatan Intensitas Mengakses	73
Tabel 21 Kategorisasi Variabel Perilaku Berpakaian	74
Tabel 22 Kategorisasi Aspek Afektif Perilaku Berpakaian	75
Tabel 23 Kategorisasi Aspek Konatif Perilaku Berpakaian	76
Tabel 24 Uji Normalitas	78
Tabel 25 Uji Linearitas	79
Tabel 26 Uji Regresi Model Summary	79
Tabel 27 Anova Tabel	80
Tabel 28 Uji Regresi Linier Sederhana	81

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Skema Pengaruh Intensitas Mengakses	34
Bagan 2 Hubungan Antar Variabel	35



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan umat manusia, pakaian tidak hanya berperan sebagai pelindung, tetapi juga menjadi simbol status sosial, identitas kelompok, budaya, dan agama. Dalam banyak budaya pakaian memainkan penting dalam mengekspresikan afiliasi kelompok, status sosial dan perbedaan gender. Pakaian merupakan satu kebutuhan pokok manusia selain dari kebutuhan pangan dan tempat tinggal. Dalam arti luas, pakaian merupakan segala sesuatu yang dipakai mulai dari ujung kepala sampai dengan ujung kaki, yang berguna untuk memberikan kenyamanan dan estetika saat digunakan.²

Pada abad ke-20, desain dan mode menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam dunia berpakaian. Industri mode berkembang dengan sangat pesat, terutama di kota-kota besar seperti Paris, Milan, London dan New York. Seiring dengan itu konsep dalam berpakaian juga terus berubah dan beradaptasi dengan perkembangan sosial, politik dan budaya. Contohnya pada gerakan feminisme pada abad ke-20 mempengaruhi pakaian yang digunakan oleh wanita dengan memperjuangkan kebebasan berekspresi dan penyingkiran konstruksi pakaian yang membatasi gerakan dan kenyamanan. Pakaian secara umum dipahami sebagai “alat” untuk melindungi tubuh atau “fasilitas” untuk

² Tjut Zahara Herawati, *Buku Ajar Tradisional Aceh: Banda Aceh*, (Aceh: FKIP Unsyiah, 2011), hlm. 56.

memperindah penampilan. Tetapi selain untuk memenuhi dua fungsi tersebut, pakaian dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang non-verbal, karena pakaian mengandung simbol-simbol yang memiliki beragam makna.³

Kemajuan modernisasi media sosial, informasi dan teknologi semakin berkembang memberikan akses lebih mudah dan cepat terhadap gaya berpakaian dari seluruh dunia. Pengaruh budaya populer yang didapatkan seperti informasi dari media sosial, industri mode yang semakin terhubung secara global telah membentuk kecenderungan dan preferensi berpakaian yang beragam dari berbagai dunia. Menurut data statistika penelitian yang dilakukan oleh lembaga survei *Hootsuite We Are Sosial*, pada tahun 2022 sekitar 205 juta orang atau setara dengan 73,7% dari jumlah penduduk Indonesia adalah pengguna aktif media sosial. Adapun media platform yang sering digunakan masyarakat adalah Facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan WhatsApp.⁴

Pengaruh dari modernisasi dalam berpakaian semakin jelas terlihat dengan banyaknya remaja yang mengenakan pakaian dengan gaya yang beragam. Terkhusus pada remaja perempuan, mereka mempunyai banyak variasi dalam berpakaian. Sehingga tidak aneh jika mereka ingin selalu berpenampilan estetik dan modis. Pada prinsipnya, dalam Islam tidak ada larangan terhadap umatnya untuk mengikuti gaya atau tren busana zaman sekarang, asalkan semua itu tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip islam. Islam menentang cara berpakaian ala orang-orang jahiliyah yang

³ Muhammad Mutawalli Sya'wari, *Fikih Perempuan: Busana dan Penghormatan atas perempuan*, (Jakarta: Amzah, 2005), hlm. 471.

⁴ APJII, *Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia*, (Jakarta APJII, 2020), hlm. 50.

menonjolkan lekukan tubuh dengan maksud yang jahat dan tindakan maksiat. Prinsip dasar islam adalah mengutamakan kemaslahatan dan menolak perbuatan yang merugikan.⁵

Dalam ajaran islam keestetikan dan kepantasan dalam berpakaian sangat penting, namun yang tetap dijunjung tinggi adalah aturan-aturan dan norma yang telah ditetapkan. Remaja perempuan sekarang ini banyak memaksakan pakaian yang dipakainya sesuai dengan gaya atau fashion yang berkembang, padahal semua itu belum sesuai dengan ajaran islam. Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 26 :

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ
ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

“Wahai anak cucu Adam, Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”

*(QS. Al-Araf: 26).*⁶

Dalam ayat ini Allah SWT berfirman kepada seluruh hamba-Nya agar senantiasa menjaga kehormatan dengan cara menjaga aurat mereka. Sebagaimana berhijab adalah suatu hal yang lumrah sebagai bagian dari seorang wanita muslimah untuk menutupi rambut, dada dan bagian tubuh lainnya, sekaligus merepresentasikan sebagai simbol pakaian keagamaan.

⁵ Ahmad Hasan Karzun, *Adab Berpakaian Pemuda Islam*, (Jakarta: Darul Falah, 1999), hlm. 13.

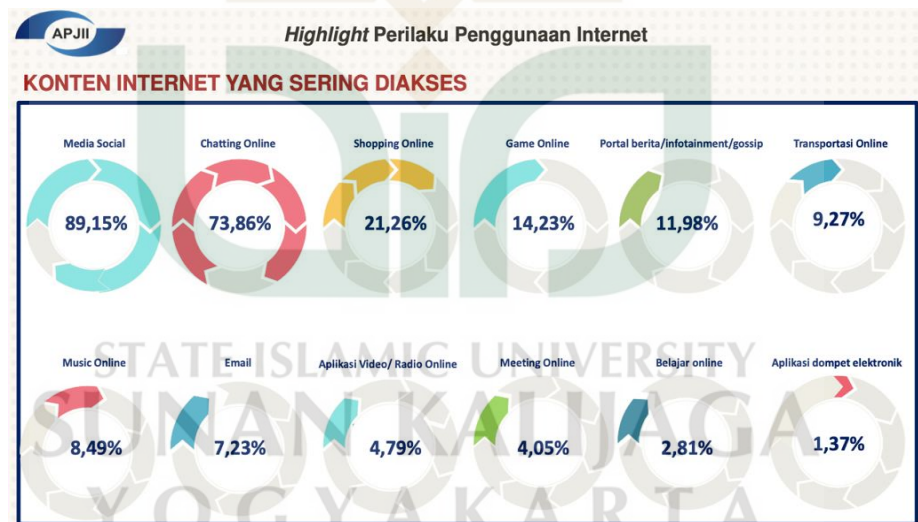
⁶ Al-Quran, 8:26, Semua terjemahan Al-Quran di skripsi ini diambil dari Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimas Islam, 1980).

Dengan mengenakan pakaian tersebut berarti identitas diri telah ditegakkan di ruang terbuka, dan berarti pula bentuk pemisahan simbol diri dari kelompok keagamaan yang lain.⁷ Seperti sekarang ini banyak wanita yang berhijab dan dapat diterima oleh sebagian besar masyarakat, dan gaya pakaian hijab pun sudah mengalami perubahan dengan berkiblat *trend fashion* perubahan gaya hidup dan penyebarannya didukung melalui media.

Dari segi penggunaan internet dalam konteks gaya hidup, media sosial mendominasi sebagai yang paling banyak dimanfaatkan, seperti yang diperlihatkan dalam grafik berikut ini:

Gambar 1

Perilaku Penggunaan Internet di Indonesia Berdasarkan Apa yang Sering Diakses



Sumber: survei dan penetrasi penggunaan internet di Indonesia oleh APJII 2022

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh lembaga survei APJII pada tahun 2022, terlihat bahwa media sosial mendominasi sebagai yang paling sering diakses, inilah yang menjadi motivasi bagi peneliti untuk melakukan

⁷ Idy Subandy Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm.270.

penelitian yang terkait dengan media sosial. Di antara platform-platform yang sangat populer di kalangan pengguna adalah Instagram, Facebook, Twitter, dan sebagainya.⁸

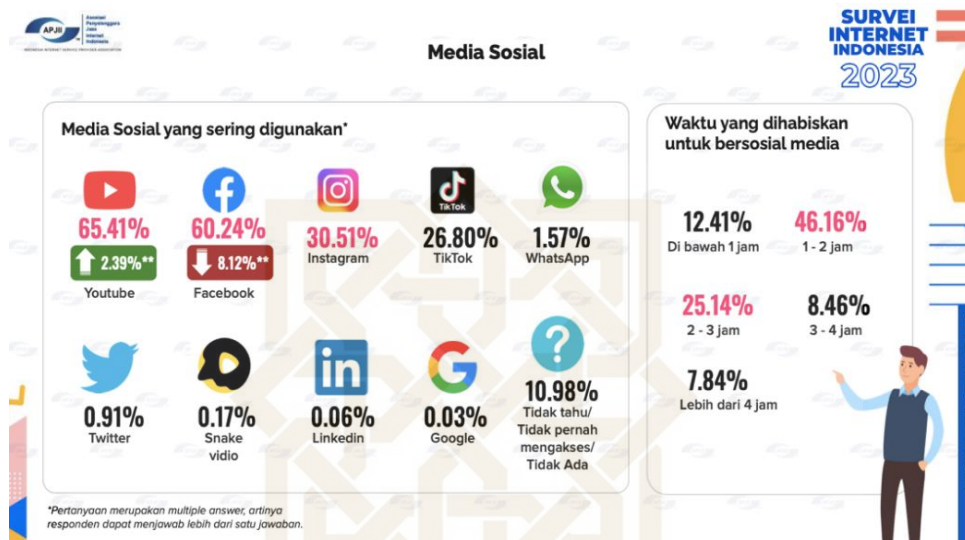
Instagram adalah sebuah aplikasi pada media sosial berbasis pada gambar dan video telah menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana. Dengan mengakses internet pengguna dari berbagai kalangan umur dapat mengakses semua fitur dalam aplikasi tersebut. Sepanjang tahun ini banyak sekali akun-akun Instagram yang ditemui dengan berbagai macam pemanfaatan, misalnya sebagai akun hiburan, informasi, gaya hidup, bahkan gaya dalam berpakaian misalnya sebagai akun yang mencontohkan gaya pakaian berhijab bagi para wanita muslimah yang terkadang masih bingung untuk mencocokkan gaya pakaian berhijab kekinian namun tetap patuh kepada kaidah.

Berdasarkan survei konten media sosial yang sering dikunjungi, Instagram berada pada tingkat ketiga setelah aplikasi Youtube dan Facebook. Peringkat utama aplikasi media sosial yang sering dikunjungi yaitu Youtube dengan jumlah 139 juta pengunjung, Facebook mengalami penurunan dengan jumlah pengunjung 119 juta, Sedangkan aplikasi Instagram menduduki peringkat ke tiga dengan 109 juta pengunjung. Dilanjutkan dengan TikTok dan WhatsApp.⁹

⁸ APJJI, "Website Survei", Website, <https://survei.apjii.or.id/>, diakses pada 14 juni 2023, pukul 20.30.

⁹ *Ibid*, hlm. 50.

Gambar 2
Perilaku Penggunaan Internet di Indonesia Berdasarkan Konten Media Sosial
yang Sering Dikunjungi



Sumber: Survei dan Penitiasi Penggunaan Internet Indonesia oleh APJII Tahun 2023 hal,50

Dengan Instagram menjadi salah satu situs media sosial yang populer di kalangan penduduk Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar untuk mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pemilihan akun Instagram @lestykejora dalam penelitian ini dipilih karena akun tersebut fokus pada konten yang berhubungan dengan berpakaian sesuai aturan Islam, terutama dalam konteks berhijab. Lesti Kejora adalah seorang *public figure* atau *influencer* yang telah memiliki 27.400.000 juta *followers* di Instagram (per bulan juni 2023) yang berisi konten postingan, *ig stories*, dan *reels* berisi tentang penampilan berpakaian muslimah.

Banyak usaha yang dirintis oleh Lesti Kejora, salah satunya adalah bisnis dibidang *fashion* yang memproduksi berbagai jenis item yang dinamai Lesti *Daily*, dari sinilah muncul *fashion* atau gaya berhijab yang diikuti oleh

khalayak dengan tren “Hijab Lesti”.¹⁰ Maka akun @lestykejora ini akan dijadikan sebagai objek penelitian, melalui *followers* akun ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @lestykejora Terhadap perilaku Berpakaian Islami”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan diatas dan penelitian yang dilakukan dengan judul Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @lestykejora Terhadap Perilaku Berpakaian Islam, maka beberapa rumusan masalah muncul terkait hal tersebut diantaranya adalah :

1. Bagaimana intensitas mengakses konten Instagram @lestykejora pada *followers*.
2. Apakah ada pengaruh antara intensitas mengakses konten @lestykejora dengan perilaku berpakaian islami.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menjawab rumusan masalah yaitu:

- a. Untuk mengetahui intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora pada *followers*.
- b. Untuk mengetahui hubungan mengakses akun Instagram @lestykejora dengan perilaku berpakaian islami.

¹⁰ Finance Detik, “Fashion Metaverse”, Website, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6330541/fashion-hingga-metaverse-ini-deretan-bisnis-lesti-kejora-dan-rizky-billar/amp> diakses pada 14 Juni 2023, pukul 14.55.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis antara lain sebagai berikut:

- a. Manfaat Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur rujukan akademik terkait dengan dampak pengaruh media sosial, dan turut berkontribusi dalam pengembangan penelitian dibidang ilmu komunikasi penyiaran islam.
- b. Manfaat praktis, Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan penilaian dan wawasan yang baik bagi pelaku dakwah atau *public figure* terutama dalam bijak menggunakan media sosial, agar memberikan dampak positif secara langsung dengan cara yang lebih efektif.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kegunaan yang luas, dan dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak, termasuk para akademisi dan masyarakat umum.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah suatu proses umum yang akan dilalui agar dapat mendapatkan teori terdahulu dan mencari referensi kepustakaan yang terkait kemudian menyusun literatur secara teratur dan rapi untuk keperluan di dalam penelitian.¹¹

Kajian pustaka merupakan langkah pertama yang dilakukan Peneliti untuk memperjelas metodologi penelitian, tinjauan teoritis serta mendapatkan informasi tentang hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Peneliti

¹¹ Consuelo G. Sevilla, “*Pengantar Metode Penelitian*”, (Jakarta: UI Press, 1993), hlm. 31.

lain. Setelah Peneliti mengkaji penelitian yang relevan serta membahas hal yang berkaitan dengan hubungan pengaruh mengakses media sosial terhadap sikap khalayak dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama, yang menjadi acuan bagi Peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Adella Regina Damayanti, Linda Anjarsari, dan Namira Anjani dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar” yang terbit dalam jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS) tahun 2022.¹² Tujuan awal dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah penggunaan media sosial tiktok memiliki pengaruh terhadap gaya hidup berpakaian remaja. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial tiktok terhadap gaya hidup berpakaian remaja ilmu komunikasi Universitas Tidar. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis teliti, yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dan persamaan pada uji tes menggunakan analisis regresi linier sederhana, perbedaannya terdapat pada jenis media yang diteliti dan objeknya.

Penelitian kedua, yang menjadi referensi dari peneliti adalah skripsi yang disusun oleh Nurul Fadhila Ulfa Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar- Raniry 2019 dengan judul “Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Gaya Hidup Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi MTsN

¹² Adella Regina Damayanti, Linda Anjarsari, dan Namira Anjani, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja ILKOM UNTIDAR” *jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, vol.2:3, (November 2022).

Model Banda Aceh)".¹³ Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dalam penggunaan instagram oleh siswa-siswi MTsN Model, ada beberapa dampak negatif yang muncul dan ada juga dampak positifnya penggunaan instagram terhadap gaya hidup siswa-siswi, serta dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi pada instagram yang paling diminati oleh siswa-siswi MTsN Model. Hasil dari penelitian ini yaitu media sosial instagram merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak digemari oleh siswa-siswi MTsN Model pada saat ini. Adapun motif para siswa-siswi MTsN Model Banda Aceh dalam menggunakan media sosial instagram adalah untuk mencari berbagai macam informasi, menambah teman atau pengikut, mengikuti trend dan sebagai media menunjukan diri. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah pada jenis objek media yang diteliti yaitu Instagram. Perbedaan pada penelitian ini berada pada metode penelitian yaitu menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian ketiga yang menjadi acuan dalam peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Yuli Muliana, Anizar Ahmad, dan Fitriana dengan judul "Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri" yang terbit dalam jurnal ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga.¹⁴ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi remaja putri dalam berbusana yaitu keinginan dari pribadi

¹³ Nurul Fadhlila Ulfa, *Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Gaya Hidup Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi MTsN Model Banda Aceh)*, Skripsi, (Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019)

¹⁴ Yuli Muliana, Anizar Ahmad, dan Fitriana, "Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Masyarakat*, Vol.2:2, (Mei 2019).

sendiri karena merasa nyaman dengan suatu busana yang digunakannya, orang tua berperan penting dalam gaya berbusana dan pergaulan dengan teman yang memakai busana yang sejenis. Adapun informasi dan sumber ide yang mempengaruhi remaja putri dalam berbusana yaitu media sosial berupa facebook, instagram, *online shop* dan toko-toko terdekat. Dapat disimpulkan bahwa remaja putri lebih mengutamakan kenyamanan dalam berbusana daripada etika berbusana dan dapat mengabaikan tingkat kesopanan dalam memakai busana, para remaja putri menyadari bahwa gaya busana mereka melanggar syariat islam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti yaitu pada objek penelitian.

Penelitian keempat yang menjadi referensi dari peneliti adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Annisa Ainussalma dengan judul “Pengaruh Fashion Style Dalam Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswi” dalam skripsi UIN Jakarta tahun 2020.¹⁵ Hasil penelitian ini memperoleh Uji Linieritas bahwa nilai *sig deviation from linearity* sebesar $0,370 > 0,05$ yang mengartikan variable *fashion style* dalam Instagram bersifat linier terhadap perubahan gaya signifikasi *fashion style* dalam Instagram pada tabel *coefficients* sebesar 0,000 *dereminasi* sebesar 0,347 yang berarti 34,7% perubahan gaya berpakaian mahasiswi dijelaskan oleh variable *fashion style* dalam Instagram tersebut. Serta didapatkan hasil uji *regresi linier* sederhana $Y = 31,013 + 0,184 X$. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis

¹⁵ Annisa Ainnussalma, *pengaruh fashion stlle dalam instagram terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswi*, Skripsi, (Jakarta: UIN Jakarta, thn.2020).

teliti adalah pada metode yang dipakai, yaitu menggunakan metode kuantitatif korelasional. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti terletak pada objek dalam penelitian serta perbedaan dalam teknik pengambilan sampel.

E. Kerangka Teori

1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengaruh yaitu suatu daya yang ditimbulkan oleh sesuatu, terdapat orang maupun benda mati atau hidup yang dapat membangun watak/sifat kepercayaan maupun perilaku dari seseorang.¹⁶ Terdapat pengertian lain dari pengaruh menurut Surakhmad, pengaruh yaitu kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang yang dapat memberikan dorongan untuk membentuk kepercayaan dan perubahan.¹⁷

Berdasarkan konsep pengertian pengaruh diatas dapat disimpulkan bahwasannya pengaruh merupakan reaksi yang timbul yang dapat berupa tindakan atau keadaan dari suatu perlakuan akibat dorongan untuk mengubah atau membentuk suatu keadaan yang baru kearah yang berbeda.

2. Intensitas

a) Definisi Intensitas

Kegiatan atau aktivitas yang dilakukan secara terus menerus dan berulang dikatakan dengan intens. Intensitas merupakan suatu kegiatan

¹⁶ Babadu, J.S dan Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), hlm. 131.

¹⁷ Surakhmad, Winarno, *pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 2012), hlm. 110.

dari seseorang yang mempunyai hubungan erat dengan perasaan. Perasaan senang yang timbul karena suatu kegiatan atau aktivitas yang akan dilakukan dapat mendorong orang tersebut melakukan kegiatan secara berulang-ulang.¹⁸ Menurut Horrigan, pada intensitas penggunaan internet seseorang terdapat dua hal yang mendasari pengamatan, yakni frekuensi internet yang kerap kali digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan seseorang.¹⁹

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwasannya intensitas merupakan tingkatan kekuatan atau kesungguhan seseorang dalam mengakses media untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi tujuannya. Penggunaan semua media terdiri dari waktu yang digunakan dalam mengakses, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

b) Aspek-Aspek Intensitas

Ada beberapa aspek intensitas yang berkaitan dengan media sosial seperti, perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.²⁰ Adapun aspek intensitas sebagai berikut :

1) Perhatian

Perhatian merupakan suatu aktivitas yang membuat perasaan menjadi senang dalam mengakses media sosial dan dapat

¹⁸ Novianti, *perilaku Penggunaan Internet di Kalangan mahasiswa*, (Surabaya: universitas Airlangga, 2011), hlm. 26.

¹⁹ Evi, Nuryanti, Hubungan Intensitas Mengakses Facebook Dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tangerang Seberang, *E- Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.2:3, 2014. Hlm. 179-182.

²⁰ Nurudin, *Media sosial : agama baru masyarakat milenial*, (Malang: Intrans Publishing, 2018), hlm. 23.

menentukan ketertarikan terhadap sesuatu yang berkaitan dengan media sosial. Kemudian aktivitas tersebut dapat membuat seseorang merasa nyaman dan pada akhirnya menjadi pusat perhatian dalam kurun waktu yang lama.

2) Penghayatan

Penghayatan merupakan adanya hal perasaan untuk memahami atau menyerap suatu informasi yang dapat dinikmati untuk dijadikan suatu pengalaman bagi individu tersebut. Individu yang memiliki penghayatan akan meniru, mempraktikkan bahkan dapat terpengaruh hal-hal yang terdapat di dalam media sosial dalam kehidupan nyata.

3) Durasi

Durasi yaitu lamanya rentang waktu atau selang waktu sebuah aktivitas yang sedang dilakukan. Dalam mengakses akun Instagram @lestykejora seringkali individu tersebut keasyikan mengakses sehingga tidak sadar waktu yang habis karena terlalu menikmatinya.

Kategori kriteria pengukuran durasi sebagai berikut :

- Tinggi : ≥ 3 jam/hari
- Rendah : 1-3 jam/hari

4) Frekuensi

Frekuensi merupakan perilaku yang dilakukan secara berulang-ulang baik sengaja ataupun tidak sengaja. Frekuensi tersebut menunjukkan sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan

atau waktu. Ketika individu menikmati dalam mengakses akun Instagram @lestykejora kerap kali individu tersebut tidak dapat lepas dari penggunaannya sehingga bisa melakukan aktivitas tersebut secara berulang-ulang kali. Kategori kriteria pengukuran adalah sebagai berikut :

- Tinggi : ≥ 4 kali/hari
- Sedang : 2-4 kali/hari
- Rendah : 1 kali/hari

3. Media Sosial Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang menawarkan fitur berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggahnya.²¹ Pengertian lain Instagram adalah media yang memberikan kemudahan untuk berbagi secara online foto-foto, video, dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan untuk mengambil dan membagi ke khalayak luas dan teman mereka.²² Sistem sosial di dalam aplikasi ini adalah dengan mengikuti akun dari pengguna lainnya. Menurut hasil temuan TNS sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris. Masyarakat Indonesia senang menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman travelling, tren terbaru yang berdampak besar maupun kecil di Indonesia. Berikut ada data yang menarik tentang Instagram di Indonesia:

²¹ Wikipedia, "Instagram", *Website*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> , diakses pada 24 juni 2023.

²² Dian Budiargo, *Berkomunikasi Ala New Generation*, (Jakarta:PT Elex Media Computindo, 2015), hlm 48.

- a) 97% pengguna selalu menulis komentar dan menandai teman-teman mereka di dalam komentar.
- c) 97% menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi yang lebih detail.
- d) 89% pengguna instagram di Indonesia berada dalam rentang umur 18 – 34 tahun. 63% diantaranya merupakan perempuan.
- e) 85% pengguna instagram di Indonesia juga membagikan postingan mereka ke akun Instagram.

Sehingga Intensitas dalam mengakses Instagram dapat menjadi suatu alasan perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi menjadi target audiens dalam mengakses Instagram.

a. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi di media sosial untuk berbagi foto dan video yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan menyebarkan ke berbagai layanan media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, WhatsApp dan masih banyak lagi. Terdapat 5 menu utama yang terletak di bagian bawah tampilan utama pada Instagram, yaitu:²³

1) Home Page

Yaitu menu utama pada Instagram yang menampilkan (*timeline*) foto dan video terbaru dari dari tampilan sesama akun yang diikuti. Cara

²³ *Ibid.*, hlm. 50.

melihat menu pilihan foto yaitu dengan cara menggeser ke atas dan kebawah, maka akan ditampilkan postingan dari akun lain yang diikuti.

2) *Explore*

Tampilan ini berisi tentang foto dan video populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram lainnya, dan berisi pilihan foto yang berkaitan dengan linimasa pencarian.

3) *News Feed*

Yaitu berisi tampilan notifikasi atau pemberitahuan baru terhadap aktivitas dari pengguna yang diikuti.

4) *Profil*

Halaman ini menampilkan secara detail informasi dari bagian akun pengguna, baik itu profil akun data pribadi dan pengguna lainnya. Pada halaman ini menampilkan juga jumlah foto dan video yang telah terunggah, jumlah pengikut dan yang diikuti, serta biodata pengguna.

5) *Stories*

Halaman ini menampilkan foto serta video seperti fitur *home*. Namun pada tampilan ini foto atau video yang diunggah memiliki batas waktu 24 jam dan akan hilang dengan sendirinya setelah waktu habis.

Ada beberapa fitur lain dalam Instagram yang dapat membuat foto dan video lebih menarik dan bermakna antara lain yaitu:²⁴

²⁴ *Ibid.*, hlm. 73.

1) *Caption*

Caption yaitu keterangan atau penjelasan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan foto atau video yang diunggah.

2) *Hashtag*

Fitur ini memudahkan pengguna untuk mencari foto atau video di Instagram dengan pencarian tertentu, ditandai dengan simbol bertanda (#).

3) Lokasi

Fitur ini menyajikan lokasi atau tempat dimana pengguna mengambil foto serta video dan juga bisa langsung tertuju ke aplikasi Google Maps.

4. Perilaku Berpakaian Islami

a. Pengertian Perilaku

Skinner berpendapat bahwa perilaku merupakan suatu respon atau reaksi dari seseorang terhadap rangsangan dari luar (stimulus) yang diamati secara langsung atau tidak langsung.²⁵ Perilaku diartikan sebagai respon dari organisme atau seseorang terhadap rangsangan yang masuk dari luar subjek tersebut, sehingga perilaku tersebut timbul dari aktivitas manusia itu sendiri.²⁶ Perilaku khalayak yaitu sebagai sebuah proses, tentunya dapat berdampak positif apabila yang diikuti tersebut adalah perilaku individu

²⁵ Soekidjo Notoatmodjo, *Ilmu Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm, 21

²⁶ Skinner B.F, *Ilmu Pengetahuan dan Perilaku Manusia*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 460.

yang baik sesuai dengan nilai dan norma dalam masyarakat. Gerungan berpendapat ada beberapa macam perilaku yang mempengaruhi gaya berbicara, gaya berpakaian, dan cara menyatakan diri karena perhatian khalayak terhadap kebiasaan seseorang yang dikaguminya.²⁷ Dengan demikian perilaku manusia terjadi melalui sebuah proses: Stimulus→Organisme→Respon, sehingga teori Skinner ini sering disebut dengan teori “S-O-R”.²⁸

Ada beberapa macam perilaku yang ditinjau dari berbagai sudut pandang yang berbeda, antara lain:²⁹

- 1) Perilaku Tertutup, perilaku ini adalah respon khalayak terhadap stimulus dalam bentuk tertutup atau terselubung. Respon reaksi terhadap stimulus ini adalah terbatas pada persepsi, kesadaran, pengetahuan, dan sifat yang belum bisa diamati oleh seseorang. Perilaku ini tidak dapat ditangkap oleh indera, melainkan harus menggunakan alat pengukuran yang lain, seperti psikotes.
- 2) Perilaku Terbuka, perilaku ini adalah respon khalayak terhadap stimulus dalam bentuk terbuka dan nyata. Perilaku ini nyata terlihat dan dapat diobservasi melalui alat indera, sehingga respon terhadap stimulus itu nyata dalam bentuk tindakan atau praktek.

²⁷ W.A Gerungan, *Psikologi Sosial*, (Bandung: PT Tarsito, 2004), hlm. 68.

²⁸ Irmayanti Diah Jati Ningsih, I Gede Suhartawan, “Perilaku Berbusana Remaja Putri Pada Saat Persembahan di Pura Agung Wana Kertha Jagatnatha Kota Palu”, *Jurnal*, (Sulawesi Tengah: STAH Dharma), Vol. 11:24, (Oktober 2020),

²⁹ *Ibid.*, 56.

b. Aspek – Aspek Perilaku

Aspek perilaku manusia sebagai makhluk individu sekaligus berperan sebagai tatanan sosial menjadi sebuah permasalahan penelitian yang menarik untuk diteliti pada ruang terbuka publik. Gabriel Tarde berpendapat bahwa segala aspek kehidupan manusia didasari pada faktor-faktor yang membawa seseorang pada hal yang positif atau negatif.³⁰ Berikut aspek-aspek yang berpengaruh dalam perilaku yaitu :

- 1) Motif ingin tahu, individu berusaha memahami dan memperoleh sesuatu dari dunianya, individu memerlukan kerangka rujukan untuk menarik situasi yang baru dan tindakan yang sesuai. Individu akan menarik kesimpulan sendiri tanpa menunggu informasi itu lengkap terlebih dahulu.
- 2) Kebutuhan identitas, kebutuhan individu untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasih sayang untuk menunjukkan eksistensi di dunia. Hilangnya identitas diri akan menciptakan keadaan patologis seperti gelisah, impulsif, mudah terpengaruh dan sebagainya.
- 3) Sikap dan Emosi, sikap mempunyai daya pendorong bagi individu atau motivasi yang lebih menetap. Emosi menjelaskan bahwa goncangan individu yang disertai oleh gejala- gejala stimulus seperti kesadaran, keperilakuan dan proses psikologi.

³⁰ Tri dayaksini dan Hudaniyah, *Psikologi Sosial*, (Malang: UMM Press, 2012), hlm. 106.

- 4) Kebutuhan akan pemenuhan diri, hal ini dilakukan melalui berbagai cara dengan menggunakan dan mengembangkan segenap potensi kita dengan cara kreatif konstruktif, yaitu dengan seni, musik, lukis, dan lain-lain.
- 5) Kebiasaan, aspek ini adalah perilaku individu yang menetap, berjalan secara otomatis dan tidak direncanakan. Kebiasaan mungkin merupakan sikap dalam waktu yang lama atau sebagai reaksi yang berlangsung dan berulang secara berkali-kali.
- 6) Kepercayaan, kepercayaan merupakan aspek yang menunjukkan bahwa sesuatu itu benar atau salah atas berbagai dasar bukti meliputi, sugesti, otoritas, pengalaman, dan intuisi.
- 7) Kemauan, aspek ini erat kaitannya dengan tindakan, secara tidak langsung bahwa kemauan adalah tindakan yang merupakan usaha individu untuk mencapai tujuan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian mengenai perilaku berpakaian dari respondennya. Adapun faktor terjadinya perilaku yaitu adanya tokoh atau idola yang dikagumi, sehingga kekagumannya mulai mengidentifikasi idola yang individu sukai sehingga mereka merasa menjadi diri seperti idola yang disukai adalah titik tertinggi dalam proses peniruan, terdapat adanya gejala pemuasan diri diluar batas untuk menirukan idola yang dikagumi individu dengan

totalitas.³¹ Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia yaitu :³²

1) Faktor Personal

Faktor personal yaitu faktor-faktor yang ditimbulkan dari dalam diri individu tersebut sehingga dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Faktor personal dibagi menjadi dua, yaitu

a) Faktor biologis

Faktor biologis manusia dapat menentukan bagaimana cara perilaku dikarenakan struktur DNA yang membuat setiap individu berbeda-beda, tergantung dengan biologis yang diwariskan oleh orang tuanya.

b) Faktor Sosiopsikologis

Faktor ini bisa diklasifikasikan menjadi tiga komponen yaitu afektif (aspek emosional), kognitif (aspek intelektual), dan konatif (berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan dalam bertindak).

2) Faktor Environmental

Faktor environmental merupakan faktor situasional dari luar individu tersebut. Delgado mengatakan bahwa respon otak dapat dipengaruhi oleh “seting” atau suasana yang melingkupi organisme.

³¹ Slamet Sentosa, *Dinamika Kelompok*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 64.

³² Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013) hlm. 32-36.

Faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia sebagai berikut :³³

a) Faktor Ekologis

Faktor ini memiliki lingkungan geografis dan iklim menjadi hal yang mempengaruhi perilaku manusia. Faktor ekologis meliputi budaya, hukum, politik, dan agama.

b) Faktor Psikososial

Organisasi dan kelompok juga dapat mempengaruhi perilaku manusia. Persepsi yang dimiliki tentang sejauh mana lingkungan memuaskan atau dapat mengecewakan ikut turut andil dalam mempengaruhi perilaku seseorang. Sebagai contoh, orang yang sejak kecil dididik bahwa cita-cita dapat terwujud karena usaha bersama, maka seseorang tersebut cenderung mengurangi kepentingan sendiri demi bersama.

c) Faktor Stimulus

Dalam faktor stimulus dapat bersifat mendorong dan mempengaruhi perilaku seseorang. Bisa dalam dorongan dari orang lain ataupun hal lain yang membuat seseorang bertindak permisif.

³³ *Ibid.*, hlm. 43.

Menurut studi yang dilakukan oleh Kek Tze Ying, berikut adalah faktor-faktor yang memiliki dampak pada perilaku berpakaian dalam masyarakat:³⁴

1) Faktor Ekonomi

Dalam faktor ini memperlihatkan bahwa seseorang yang memiliki strata ekonomi tertentu cenderung memikirkan dan menyesuaikan bagaimana cara atau gaya berpakaian seseorang tersebut. Orang dengan strata ekonomi yang rendah akan memiliki perbedaan perilaku berpakaian dengan orang yang memiliki strata ekonomi tinggi.

2) Lingkungan pertemanan

Lingkungan pertemanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam perilaku berpakaian. Individu akan cenderung terpengaruh oleh lingkungan pergaulannya.

3) Budaya

Di setiap daerah atau suatu wilayah pasti memiliki budaya yang berbeda dan masing-masing dapat menyebabkan terjadinya banyak budaya. Budaya dapat terpengaruh oleh gaya berpakaian seseorang. Misal saja di Indonesia dengan memiliki budaya ketimuran dapat berpengaruh dengan budaya kebarat-baratan, karena perilaku berpakaian dipengaruhi oleh budaya barat.

³⁴ Kek Tze Ying, *Faktor-faktor Mempengaruhi Cara Berpakaian di Kalangan Pelajar Fakultas Pendidikan Universitas Teknologi Malaysia*, Skripsi (Malaysia: Universitas Teknologi Malaysia, 2004), hlm. 16-21.

4) *Trend Fashion*

Trend fashion sekarang sangat berkembang dengan pesat dari masa ke masa menjadi patokan seseorang dalam gaya berpakaian yang mengikuti perkembangan. Manusia yang tidak mau dikatakan ketinggalan jaman atau *out of date* maka manusia seseorang akan cenderung mengikuti gaya berpakaian yang layak pada saat ini.³⁵

d. Pakaian

Berpakaian dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang kita pakai mulai dari kepala sampai dengan ujung kaki.³⁶ Pakaian adalah ciri khas orang yang beradab. Pakain hadir dari sebuah peradaban yang masuk menjadi nilai budaya sekalipun pada arti sesungguhnya pakaian bukan suatu budaya, akan tetapi berpakaian lebih mendekati dengan ajaran agama islam guna menutup aurat. Berpakaian menurut ajaran islam adalah untuk menutup semua aurat baik untuk muslim laki- laki dan perempuan. Aurat dalam etimologi bahasa arab berarti “*an- naqsu*” atau kebaikan. Dalam ilmu Fiqh aurat berarti bagian tubuh dari seorang muslim yang wajib ditutupi dari pandangan.

Sedangkan menurut Syar’i aurat berarti sesuatu yang diharamkan oleh Allah SWT untuk diperlihatkan kepada orang yang tidak dihalalkan Allah untuk melihatnya. Pada dasarnya islam tidak mematok model dan corak dalam berpakaian, tetapi karena islam adalah agama terakhir yang sesuai

³⁵ *Ibid.*

³⁶ W. J. S. Poerwa Darunuda, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1987), hlm. 172.

untuk setiap tempat dan masa, memberikan kemudahan dan kebebasan yang luas bagi muslimah untuk bergaya dan memasang mode dengan keinginan masing-masing, tak ada mode khusus asalkan tetap pada batas - batas islam.

e. Pakaian Muslimah

Sebagaimana pengertian perempuan muslimah yang dikemukakan oleh Ibn Mazhur dalam buku Huzaamah Tahido Yanggo, perempuan muslimah adalah perempuan yang beragama islam , perempuan yang patuh dan tunduk, perempuan yang menyelamatkan dirinya dengan pakain dari pandangan orang lain dari bahaya.³⁷ Dalam pengertian berpakaian, Al-Qur'an tidak hanya menggunakan satu istilah saja akan tetapi menggunakan istilah bermacam-macam sesuai dengan konteks kalimatnya. Quraish Shihab berpendapat, paling tidak ada 3 istilah yang digunakan yaitu .³⁸

- 1) *Al- Libas* (jamak dari kata *Al- Lubsu*), yang memiliki arti segala sesuatu yang menutupi tubuh. Kata ini yang digunakan Al-Qur'an untuk menunjukan pakaian lahir dan batin.
- 2) *Ats- Tsiyab* (Jamak dari kata *Ats- Tsaubu*), yang memiliki arti kembalinya sesuatu kepada keadaan semula yang tertutup.
- 3) *Az- Sarabil* yang memiliki arti pakaian apapun menurut semua jenis dan bahannya.

³⁷ Huzaamah Tahido Yanggo, *Fikih Perempuan Kontempore*, (Bogor: 2010, Ghalia Indonesia), hlm. 11.

³⁸ Quraish, *Wawasan Al- Qur'an*, hlm. 155-157.

Dapat ditarik pengertian bahwasannya pakaian muslim sebagaimana pakaian yang dipakai oleh wanita muslimah yang memenuhi prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh islam dan disesuaikan dengan semua kebutuhan.

Tujuan berpakaian mengikuti nilai islam bukan berarti laki-laki atau wanita memakai busana muslim dalam bergaul di masyarakat, melainkan apakah laki-laki bebas memanjakan mata dengan kelezatan dan kepuasan melihat wanita. Laki-laki hanya diperbolehkan memandang mahramnya saja dengan batasan keluarga dan pernikahan. Dengan maksud tujuan terciptanya keluarga dan masyarakat yang sehat, harmonis dan untuk terwujudnya sendi lingkungan yang damai, berwibawa, serta menjunjung tinggi harkat wanita.³⁹

Adapun prinsip-prinsip yang ditentukan dalam tuntunan berpakaian wanita menurut islam yaitu :

a) Prinsip Pemotongan Kain Yang Akan Dijahit

Jahitan pakain seorang wanita harus sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh syariat, kemudian mengenai dengan semua harus memperhatikan kriteria-kriteria dibawah ini:

- Pakaian Harus Menutupi Seluruh Badan

Maksud dari menutupi seluruh badan yaitu agar pakaian yang dipakai dapat menutupi seluruh badan kecuali telapak tangan dan wajah.⁴⁰ Karena pada hal ini islam menempatkan pakaian sebagai penutup bukan hiasan. Jika memamerkan perhiasan adalah sebuah

³⁹ Husain Shahab, *Jilbab Menurut Al- Qur'an dan As- Sunnah*, (Bandung: Mizan, 2000), cet,ke-10, hlm.18.

⁴⁰ *Ibid.*, hlm.51.

larangan, maka lebih dilarang jika menampilkan letak- letak perhiasan tersebut. Jika tidak dipakaikan penutup pakaian maka nampaklah letak-letaknya , berupa dada, kedua telapak kaki, dan betis.

- Pakaian Tidak Ketat Yang Dapat Membentuk Lekuk Tubuh

Berpakaian yang ketat akan membentuk bentuk tubuh wanita dan lekukan-lekukan bentuk asli tubuhnya. Wanita muslim yang berpakaian ketat sehingga menonjolkan lekukn tubuhnya dan keluar pada perkumpulan kaum lelaki, maka pakaian itu dikhawatirkan termasuk dalam golongan pakaian-pakaian telanjang.

- Pakaian Wanita Tidak Menyerupai Pakaian Laki – Laki

Berpakaian diantara dua jenis menyerupai pada jenis lainnya adalah penyimpangan dari fisik, serta sebagai bukti bahwasannya secara islam sudah tidak normal lagi. Penyerupaan merupakan penyakit yang tidak dapat diobati sebagai bukti budaya kita mengikuti budaya barat, hal tersebut merupakan hal yang dilarang oleh agama.

- Tidak Menyerupai Wanita Kafir

Pada saat ini begitu banyak wanita muslimah yang merancang busana dengan berbagai pola yang bertentangan dengan nilai syariat dan norma- norma pada bidang busana. Berdasarkan pada realita yang kerap terjadi dewasa ini yang populer dengan

“mode” dimana terjadinya perkembangan dan perubahan setiap hari dari yang buruk menjadi lebih buruk, bentuk-bentuk pakaian wanita dewasa ini sudah menyimpang dan tidak sesuai dengan ajaran-ajaran islam. Hal ini dibuktikan dengan banyak dari pakaian-pakaian yang apabila digunakan oleh wanita maka aurat wanita akan terlihat dengan jelas.

b) Prinsip yang berhubungan dengan corak (bentuk) busana

Ada berbagai kriteria dalam corak busana muslimah antara lain sebagai berikut:⁴¹

- Tidak menjadikan busana sebagai perhiasan pada dirinya, maksud dari hal tersebut ialah seorang wanita muslimah dilarang memakai pakaian dari sejumlah pakaian, bila pakaian tersebut merupakan pakaian-pakaian tembus pandang.
- Busana tidak tipis yang masih memperlihatkan bentuk aurat yang berada didalamnya, hal ini sesuai dengan tujuan berbusana yaitu untuk menutupi aurat. Tujuan tersebut tidak akan tercapai jika tidak mengenakan pakaian yang tebal. Karena pakaian yang tipis bukanlah busana menurut pandangan islam.
- Busana tidak bercorak glamor, sudah menjadi hal yang pasti dilarang bagi busana muslimah untuk memiliki corak yang glamour atau berlebihan.

⁴¹ Syaik Abdullah, “*kriteria Berbusana Islam*”, hlm. 21-25.

- Tidak diberi wewangian atau parfum yang menimbulkan syahwat, hal ini dilarang bagi wanita muslim karena parfum dikhawatirkan akan membangkitkan hawa nafsu. Para ulama bahkan mengikuti yang semakna dengannya sebagai pakaian indah, perhiasan yang tampak dan megah serta bercampur baru dengan laki-laki.⁴²

5. Stimulus Organisme Respon (S-O-R)

Teori Stimulus Organisme Respon adalah suatu model yang menjelaskan bagaimana lingkungan fisik dapat mempengaruhi keadaan internal dan perilaku individu.⁴³ Kerangka S-O-R memiliki stimulus yang dikonsepsikan sebagai pengaruh yang dapat mempengaruhi internal organisme seseorang. Teori Stimulus Organisme Respon ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung kepada stimulus yang datang berkomunikasi dengan organisme. Artinya, kualitas dari sumber komunikasi, kredibilitas, kepemimpinan, dan gaya berbicara sangat menentukan berhasilnya perubahan seseorang.

Menurut teori ini , efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus dari stimulus khusus, sehingga seseorang bisa mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Teori ini mengatakan bagaimana perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus atau rangsangan yang diterima melebihi dari stimulus sebelumnya. Stimulus yang dapat melebihi stimulus sebelumnya dapat meyakinkan perubahan

⁴² Abu al- Ghifari, *Kudung Gaul. Berjilbab Tapi telanjang*, (Bandung: Mujahid, 2002) cet, ke-2, hlm. 62-63.

⁴³ Morissan, m.A, al, *Teori Komunikasi Massa*, (Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 17.

organisme tersebut. Faktor *reinforcement* berperan penting dalam meyakinkan organisme. Stimulus atau pesan yang disampaikan melalui komunikasi mungkin dapat diterima ataupun ditolak.

Komunikasi akan berlangsung bila ada suatu perhatian yang diberikan kepada komunikan, sehingga apa yang disampaikan dapat dimengerti oleh komunikan, dan pada akhirnya terjadi perubahan sikap.⁴⁴ Penerapan dalam penelitian ini yaitu mengenai bagaimana hubungan pengaruh mengakses akun Instagram @lestykejora terhadap perilaku berpakaian, dapat ditentukan sebagai berikut :

S (Stimulus) : Mengakses akun Instagram @lestykejora

O (Organisme : Pengikut akun Instagram @lestykejora

R (Respon) : Perilaku Berpakaian

Stimulus dalam penelitian ini yaitu mengakses akun Instagram @lestykejora karena pada akun Instagram tersebut memberikan pesan yang dapat mempengaruhi maupun tidak memberikan pengaruh terhadap komunikan. Organisme merupakan komunikan yaitu orang yang akan penerima pesan atau *followers* @lestykejora. Respon yang telah diterima oleh komunikan kemudian akan memberikan suatu perubahan perilaku sesuai dengan apa yang dilihat dan dimaknai dari setiap individu terhadap pesan tersebut.

⁴⁴ Mar'at, *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukuran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1992), hlm. 70.

Asumsi pada teori ini menjelaskan penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsangan atau stimulus yang berkomunikasi dengan organisme, yang berarti kualitas dari sumber komunikasi sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang. Semakin kuat kualitas stimulus yang disampaikan maka semakin tinggi respon dari komunikan. Adapun efek daripada respon tanggapan atau reaksi dari pesan yang disampaikan, menimbulkan efek perubahan kognitif, afektif, dan behavior.⁴⁵

a) Kognitif (Pengetahuan)

Efek ini berhubungan dengan perubahan pengetahuan dan pemikiran dari khalayak dari yang belum tahu sehingga menambah paham dan lebih jelas.

b) Afektif (Emosional dan Perasaan)

Efek ini berhubungan langsung dengan perasaan dan emosional seseorang, seperti perubahan emosi seseorang dari senang, marah, benci, haru, dan lain sebagainya.

c) Konatif (Perubahan pada Perilaku)

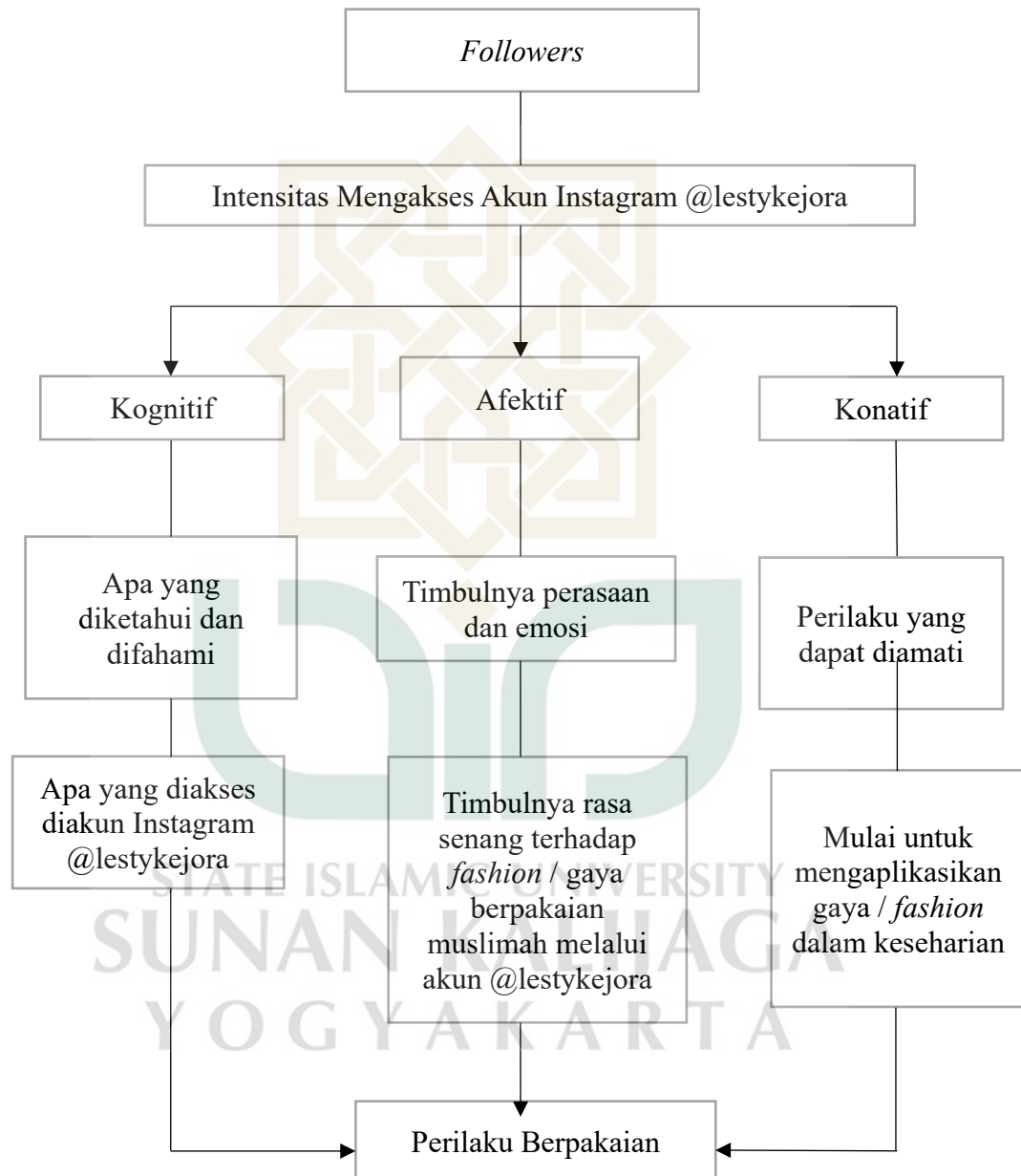
Efek ini berhubungan dengan usaha, tekak serta niat seseorang, efek ini terlahir dari akibat yang ditimbulkan oleh efek afektif dan kognitif menjadi suatu tindakan atau perilaku.⁴⁶

⁴⁵ Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1992), hlm. 83.

⁴⁶ *Ibid.*

Bagan 1

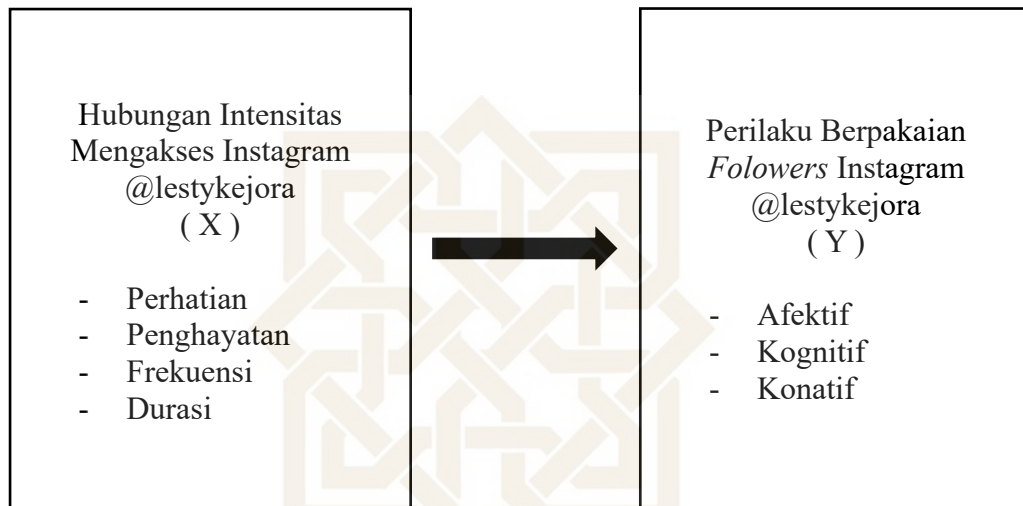
Skema Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @lestykejora Terhadap Perilaku Berpakaian Islami



Sumber: Olahan Penulis

F. Kerangka Pemikiran

Bagan 2
Hubungan Antar Variabel



Sumber: Olahan Penulis

G. Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian ini adalah :

1. Hipotesis Ha : Terdapat hubungan antara intensitas mengakses Instagram @lestykejora dengan perilaku berpakaian islami *followers* Lesti Kejora
2. Hipotesis Ho : Tidak terdapat hubungan antara intensitas mengakses Instagram @lestykejora dengan perilaku berpakaian islami *followers* Lesti Kejora

H. Sistematika Pembahasan

1. BAB I : Terdiri dari pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis, dan sistematika penulisan.

2. BAB II : Merupakan uraian metode penelitian yang meliputi jenis analisis penelitian, definisi operasional, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instumental penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, analisis data.
3. BAB III : Berisi tentang gambaran umum mengenai Instagram @lestykejora dan perilaku berbusana.
4. BAB IV : Pembahasan dan analisis data.
5. BAB V : Penutup

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan survey dan analisa data tentang pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora terhadap perilaku berpakaian islami, diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada hasil olah data variabel intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora diketahui bahwa dari keempat indikator yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi, diperoleh hasil bahwa sebesar 59% atau 59 responden dalam kategori tinggi, 36% atau 36 responden dalam kategori sedang, dan 5% atau 5 responden dalam kategori rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora terhadap pengikutnya, dan intensitas ini masuk dalam kategori yang tinggi.
2. Hasil uji regresi linear sederhana didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari angka 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis alternatif diterima yakni terdapat pengaruh intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora terhadap perilaku berpakaian islami pada pengikutnya.
3. Terdapat dukungan terhadap teori Stimulus Organisme Respon (SOR) yang menjelaskan bahwa proses komunikasi berhubungan dengan perubahan sikap. Teori ini berasumsi bahwa individu membentuk suatu sikap dengan adanya pesan yang disampaikan oleh media, komunikan yang dimaksud

adalah *followers* akun Instagram @lestykejora yang menerima pesan terkait unggahan informasi terkait postingan gaya berpakaian islami Lesti Kejora yang kemudian mencoba untuk memahami lebih dalam informasi itu. kemudian organisme akan memahami setiap pesan yang disampaikan serta memberikan tanggapan (respon) baik dalam perubahan perasaan, pemikiran, ataupun tindakan.

4. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa data R Square mendapatkan nilai sebesar 0,508. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas mengakses akun Instagram @lestykejora memberikan pengaruh terhadap perilaku berpakaian islami pada *followers* dalam angka yang baik yaitu 50,8% dan sisanya 48,2% dipengaruhi faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas mengakses akun @lestykejora bukanlah satu-satunya faktor utama yang membentuk perilaku berpakaian islami pada *followers* Lesti Kejora, akan tetapi ada faktor atau variabel lain yang mempengaruhi.

B. Saran

1. Bagi pengguna media sosial instagram diharapkan setiap pengguna untuk memanfaatkan media Instagram sebagai sumber informasi dengan bijak. Lindungi setiap privasi dengan baik dan waspada, selalu verifikasi informasi yang didapat sebelum mengambil dan menyebarkannya, serta jangan biarkan media sosial mengendalikan hidup kita, akan tetapi kitalah yang harus mengendalikan serta memanfaatkannya dengan bijak.
2. Bagi konten kreator atau *public figure* bijaklah dalam setiap membagikan unggahan, karena setiap kata dan tindakan memiliki dampak yang besar bagi

followers, gunakan media sosial sebagai wahana untuk menginspirasi, memberikan motivasi, atau memberi cerita serta dampak positif bagi orang lain.

3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menguji faktor atau variabel lain yang mempengaruhi perilaku berpakaian islami, dikarenakan aspek dari perilaku banyak sekali yang mempengaruhi berbagai faktor lain diluar faktor intensitas mengakses akun Instagram. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam kajian mengenai pengaruh intensitas megakses yang dapat mempengaruhi perilaku atau perubahan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ahmad Hasan Karzun, *Adab Berpakaian Pemuda Islam*, Jakarta: Darul Falah, 1999.
- Ahmad Saifuddin, *Penyesuaian Skala Psikologi*, Cet 1 Jakarta : Kencana Pernada Media Group, Cet 1, 2020.
- Babadu, J.S dan Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001.
- Consuelo G.Sevilla, *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta: UI press, 1993.
- Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2003.
- Hana Utami, *Tepri dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*, Yogyaarta: Nuha Medika, 2010.
- Husain Shahab, *Jilbab Menurut Al- Qur'an dan As- Sunnah*, Bandung: Mizan, 2000.
- Idy Subandy Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, Yogyakarta: Jalasutra, 2007.
- Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Mar'at, *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukuran*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1992.
- Morissan,m.A,al, *Teori Komunikasi Massa*, Ghalia Indonesia, 2010.
- Muhammad Mutawalli Sya'wari, *Fikih Perempuan: Busana dan Penghormatan atas perempuan*, Jakarta: Amzah, 2005.
- Novianti, *perilaku Penggunaan Internet di Kalangan mahasiswa*, Surabaya: uneversitas Airlangga, 2011.
- Nurudin, *Media sosial : agama baru masyarakat milenial*, Malang: Intrans Publishing, 2018.

- Singarimbun, dan Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Skinner B.F, *Ilmu Pengetahuan dan Perilaku Manusia*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Soekidjo Notoatmodjo, *Ilmu Perilaku Kesehatan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sugiyono, *Metode penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&A*, Bandung: Alfabet, 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: suatu pendekatan praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Surakhmad, Winarno, *pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Teknik*, Bandung: Tarsito 2012.
- Sutanto Leo, *Kiat Jitu Menulis Skripsi, Tesis, Dan Desertasi*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Tjut Zahara Herawati, *Buku Ajar Tradisional Aceh: Banda Aceh*, Aceh: FKIP Unsyiah, 2011.
- Tri dayaksini dan Hudaniyah, *Psikologi Sosial*, Malang: UMM Press, 2012.
- W. J. S. Poerwa Darunuda, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1987.
- W.A Gerungan, *Psikologi Sosial*, Bandung: PT Tarsito, 2004.

JURNAL

- Adella Regina Damayanti, Linda Anjarsari, dan Namira Anjani, “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja ILKOM UNTIDAR*,” jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS), vol.2 No.3, November 2022.
- Annisa Ainnussalma, “*pengaruh fashion stlle dalam instagram terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswi*”. Skripsi UIN Jakarta, 2020.

Bobby Krisnadi dan Amalia, “Kecanduan Media Online Pada Dewasa Awal: Apakah Dampak dari Kesenian?”, JCA Psikologi Vol 3 No 1, 2022.

Evi, Nuryanti, “*hubungan intensitas mengakses facebook dengan motivasi belajar siswa SMA Negeri 2 Tangerang Seberang*”, E- Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, No.3, 2014.

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, 2020, Vol. 11 No, 2020.

Yuli Muliana, Anizar Ahmad, dan Fitriana, “*Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri*”, Jurnal Ulmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Masyarakat, Vol.2 No:2, Mei 2019.

SKRIPSI

Anggi, F.S, “*Hubungan Antara Intensitas Menonton Tayangan Televisi Terhadap Perilaku Imitasi Gaya Hidup Artis Pada Remaja*”, Skripsi: Universitas Islam Indonesia, 2018.

Kek Tze Ying, *Faktor- faktor Mempengaruhi Cara Berpakaian di Kalangan Pelajar Fakultas Pendidikan Universitas Teknologi Malaysia*, Skripsi Malaysia: Universitas Teknologi Malaysia, 2004.

Nurul Fadhila Ulfa, “*Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Gaya Hidup Remaja*” (*Studi Pada Siswa-Siswi MTsN Model Banda Aceh*, Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.

Shania Indriani, “*Penggunaan Social Media Instagram Sebagai Wadah Brand Endorsement Melalui Personal Branding Lesti Kejora (Artis Dan Penyanyi)*”, Skripsi Universitas Mercu Buana Jakarta, thn.2022.

INTERNET

<https://www.allstars.id/instagram-engagement-rate-calculator> , diakses 18 juli 2023.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> , (diakses pada 24 juni 2023)

<https://survei.apjii.or.id/> , di akses pada 14 juni 2023, pukul 20.30.

<https://cirebon.tribunnews.com/amp/2023/04/12/gamis-lesti-kejora-lagi-trend-jadi-incaran-baju-lebaran-2023-begini-model-outfitnya> , diakses 20 Juli 2023

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6330541/fashion-hingga-metaverse-ini-deretan-bisnis-lesti-kejora-dan-rizky-billar/amp> diakses pada 14 Juni 2023, pukul 14.55.

