
**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AMELIAELLE TERHADAP GAYA BUSANA HIJAB
SISWI SMA ISLAM TERPADU ASY-SYUKRIYYAH, TANGERANG**

Gabby Kinanti
e-mail : gabby.kinanti@gmail.com
Telp : 085959700798

Mira Herlina
e-mail : mira.herlina@budiluhur.ac.id
Telp : 083895669298
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

Instagram media is currently also widely used by online boutiques, one of which is an account Ameliaelle Instagram. Since 3 years ago, her feed Instagram always displays a picture of herself with the style of hijab clothes and also the goods commonly used. Not infrequently also ameliaelle di-endorse various products. This is what spurred the youth to follow Ameliaell's hijab fashion style. The theory used to predict this research is Stimulus Response Organism (S-O-R). The research method used is quantitative-explanative with positivistic paradigm approach. The subjects of the research were the students of Asy-Asyukriyyah Integrated Islamic Senior High School, Tangerang, which amounted to 104 people, which was then minimized by sampling technique through Slovin calculation technique, to obtain 51 samples. Then the data collected by questionnaires to respondents and analyzed quantitatively and interpreted to obtain a picture of the observed variables. After that, hypothesis testing is done by using linear regression technique which shows that the use of social media of Instagram has contribution of 40,6% in effort to fashion hijab style of Islamic Senior High School Isy-Asyukriyyah, Tangerang. The remaining 59.4% formed as a result of the influence of several other factors outside of this research, including the influence of the environment, the influence of parents and family, the influence of other advertising media, and so forth. This result is in line with the correlation value of (0,637) between variable X (Social Media Instagram) with variable Y (Hijab Fashion Style), which explains the value of strong relationship and positive relationship direction.

Keywords: Social Media Instagram, S-O-R Theory, Hijab Fashion Style

PENDAHULUAN

Setiap orang membutuhkan pesan atau informasi untuk pembelajaran dan tingkat pengetahuan dalam menjalankan kegiatannya, baik dalam menerima pesan atau memberikan pesan. Media massa adalah salah satu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2008:126). Setiap bentuk komunikasi yang dilakukan oleh media massa cetak, elektronik, maupun *online* diharapkan timbul suatu efek dari isi pesan atau informasi yang disampaikan, dari efek tersebut kita dapat melihat efektivitas suatu pesan yang disampaikan oleh media. Perkembangan media internet saat ini di Indonesia sudah semakin maju dan menunjukkan peningkatan yang cukup besar, terbukti melalui data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), menjelaskan bahwa pengguna internet di Indonesia sepanjang tahun 2016 berada pada angka 132.700.000 jiwa. Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar facebook, LinkedIn, dan twitter (Badri, 2011:132). Salah satu jenis media sosial yang saat ini tengah diminati oleh masyarakat khususnya kalangan pelajar, mahasiswa, berbagai komunitas adalah Instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Salah satu akun Instagram hijabers saat ini yang sangat

banyak diminati oleh para hijabers muda khususnya para pelajar yaitu Instagram Ameliabelle. Ameliabelle mulai aktif memainkan Instagram sejak 3 tahun lalu. Feed Instagramnya selalu menampilkan foto dirinya dengan gaya busana hijabnya dan juga barang-barang yang biasa digunakan. Tak jarang juga Ameliabelle di endorse berbagai macam produk. (<https://www.instagram.com/ameliabelle/>) (diakses: 7/06/2017, jam: 19.00 WIB)

Menurut Kliner bahwa sejatinya *fashion*, pakaian, busana adalah bagian penting dari sebuah gaya, tren, serta penampilan sehari-hari yang sesungguhnya mampu memberikan pencitraan kepada identitas pemakainya (Ibrahim, 2007:243). Peneliti melakukan wawancara singkat kepada para siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah yang membuktikan bahwa mereka menjadikan media sosial Instagram sebagai salah satu media untuk mencari referensi fashion hijab mereka. Sehingga dengan adanya penelitian ini, penulis menjadi tahu seberapa besar pengaruh media sosial instagram terhadap gaya busana hijab mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial:

Media sosial adalah jaringan informasi baru dan teknologi informasi dengan menggunakan suatu bentuk komunikasi menggunakan konten interaktif dan *user*-diproduksi, dan hubungan interpersonal diciptakan dan dipelihara (Ardha, 2013:289). Karakteristik media sosial menurut Gamble, Teri, dan Michael dalam *Communication Works* media sosial mempunyai ciri-ciri sebagai berikut

(www.wikipedia.org/wiki/mediasosial) :

1. Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa berbagai banyak orang.
2. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu gatekeeper.
3. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Gaya Busana:

Kata “busana” diambil dari bahasa Sansekerta “bhusana”. Namun dalam bahasa Indonesia terjadi pergeseran arti “busana” menjadi “padanan pakaian”. Hal ini turut ditegaskan Kelineer bahwa sejatinya *fashion*, pakaian, busana adalah bagian penting dari sebuah gaya, tren, serta penampilan sehari-hari yang sesungguhnya mampu memberikan pencitraan kepada identitas pemakainya (Ibrahim,2007:243). Arti dari kata *fashion* itu sendiri memiliki banyak sisi. Menurut Troxell dan Stone dalam bukunya *Fashion Merchandising*, *fashion* didefinisikan sebagai gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu tertentu. Dari definisi-definisi tersebut dapat terlihat bahwa *fashion* erat kaitannya dengan :

1. Gaya yang digemari.
2. Kepribadian seseorang.
3. Rentang waktu.

Teori S-O-R:

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus – Organism – Response ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia

yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

Prof. Dr. Mar’at mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu:

1. Perhatian
Stimulus yang disampaikan kepada komunikan kemungkinan diterima ataupun ditolak. Komunikasi akan berlangsung apabila adanya perhatian dari komunikan.
2. Pengertian
Komunikan pada proses berikutnya, komunikan dapat mengerti akan pesan yang disampaikan. Kemampuan inilah yang dapat melanjutkan pada tahapan berikutnya.
3. Penerimaan
Setelah komunikan mengolah pesan yang disampaikan, maka pada tahap inilah komunikan dapat bersedia untuk mengubah sikap maupun tingkah lakunya. Proses tersebut menggambarkan perubahan sikap maupun tingkah laku yang terjadi pada individu.

Dapat disimpulkan bahwa proses perubahan perilaku ini dapat diterima apabila stimulus yang diberikan benar-benar baik. Perhatian akan diterima apabila organism mau menerima stimulus yang diberikan, sehingga ketika stimulus diterima maka akan dimengerti dan pada akhirnya dapat terjadi perubahan perilaku.

METODOLOGI PENELITIAN

Hipotesis:

Berdasarkan teori statistik untuk penelitian menurut Sugiyono (2011:64)

bahwa hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dalam penelitian ini hipotesis penelitiannya, sebagai berikut:

- H_a : Terdapat Pengaruh Media Sosial Instagram Ameliaelle Terhadap Gaya Busana Hijab Siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, Tangerang
- H_0 : Tidak terdapat Pengaruh Media Sosial Instagram Ameliaelle Terhadap Gaya Busana Hijab Siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, Tangerang.

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011:42) penelitian kuantitatif dengan paradigma positivistik, dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja. Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2006:59).

Populasi dan Sampel:

Menurut Sugiyono (2009:61), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan populasi siswi kelas

X, XI dan XII SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, Tangerang yang berjumlah 104 siswi, yang terletak di Jl. KH. Hasyim Ashari, Cipondoh, Kota Tangerang – Banten, Indonesia.

Tabel 1: Populasi

Kelompok Kelas	Siswi
Kelas X	33
Kelas XI	36
Kelas XII	35
Total	104

Sumber : Kepala Sekolah SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, Tangerang

Sampel:

Menurut Sugiyono (2009:72), bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n = ukuran sampel
N = ukuran populasi
e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) 10% = 0,1
- $$n = \frac{104}{1 + 104 (0,1)^2}$$
- $$n = \frac{104}{2,04} = 50.98 \text{ dibulatkan menjadi } 51$$

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sampel *Proporsional Stratified Random Sampling*. Dimana setiap kelas akan disebar kuisisioner sesuai dengan proporsinya. Untuk melengkapi data diatas, penulis akan menjabarkan data pengambilan siswa sebagai berikut:

$$X = \frac{33}{104} \times 51 = 16 \text{ siswi}$$

$$XI = \frac{36}{104} \times 51 = 18 \text{ siswi}$$

$$XII = \frac{35}{104} \times 51 = 17 \text{ siswi}$$

Teknik Pengumpulan Data Primer:

Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data primer. Kemudian Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format seperti ini:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. kurang setuju
4. Setuju
5. Sangat setuju

Teknik Analisis Data:

Dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden kedalam program pengelola data statistic SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2009:142).

Uji Validitas dan Reliabilitas:

Uji validitas merupakan pengujian atau alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data dan mengukur apakah terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data pada objek yang diteliti dalam suatu gejala sosial (Sugiyono, 2009:348). Dari hasil perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa keseluruhan beberapa butir pernyataan

pada keseluruhan variabel Media Sosial Instagram Ameliaelle dalam kuesioner penelitian sudah valid.

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Sugiyono, 2009:55). Berdasarkan pengolahan data, menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan-pernyataan pada variabel Gaya Busana Hijab sudah **Reliable**.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data:

Analisa data diawali uji korelasi dengan teknik Pearson untuk menguji korelasi antara variabel **X** (*Media Sosial Instagram*) dengan variabel **Y** (*Gaya Busana Hijab*).

Tabel 2: Correlations

		Media Sosial Instagram (X)	Gaya Busana Hijab (Y)
Media Sosial Instagram (X)	Pearson Correlation	1	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	51	51
Gaya Busana Hijab (Y)	Pearson Correlation	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	51	51

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) pada tabel di atas, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel **X** (*Media Sosial Instagram*) dengan variabel **Y** (*Gaya*

Busana Hijab) ada dalam hubungan yang **Kuat** dan arah hubungannya **positif**. Artinya bahwa semakin baik penggunaan media sosial Instagram semakin dapat menciptakan gaya busana hijab di kalangan siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah.

Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi penggunaan media sosial Instagram terhadap gaya busana hijab siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 3: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.406	.395	1.98029

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan kontribusinya *Rsquare* (R)² sebesar 0,406. Artinya penggunaan media sosial Instagram mempunyai kontribusi sebesar 40,6% dalam upaya menciptakan gaya busana hijab siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah. Selebihnya sebesar 59,4% terbentuk akibat dari pengaruh beberapa faktor lainnya di luar dari penelitian ini.

Pembahasan:

Untuk mengetahui penilaian diswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, Tangerang terhadap keberadaan media sosial instagram Ameliaelle, peneliti mengembangkan teori Jay G. Blumer (1979) yang mengemukakan sejumlah gagasan mengenai jenis-jenis kegiatan yang dilakukan audien ketika menggunakan media, yang mencakup kegunaan, kehendak, seleksi dan tidak

terpengaruh hingga terpengaruh. Untuk mengetahui gaya busana hijab Siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, Tangerang, peneliti mengembangkan teori S-O-R. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, keberadaan teori ini masih relevan dengan hasil pengembangan penelitian. Di mana respon yang terbentuk berupa perubahan tingkah laku gaya berbusana hijab siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, akibat adanya stimulus berupa penyajian pesan-pesan secara verbal baik berupa foto, video, dan tulisan (caption) mengenai gaya berbusana hijab dan juga produk-produk yang dipakai. Yang kemudian pesan-pesan atau informasi mengenai gaya busana dan produk tersebut dapat diterima oleh para siswa SMA Islam Asy-Syukriyyah (organisme), dengan tingkat perhatian yang cukup baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan:

1. Hasil analisis data untuk menghitung tingkat koefisien korelasi menunjukkan bahwa ada korelasi antara variabel **X** (*Media Sosial Instagram*) dengan variabel **Y** (*Gaya Busana Hijab Siswi*), Karena koefisien korelasinya bernilai positif, maka dapat ditentukan arah pengaruhnya adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas penyajian info tutorial hijab pada media sosial Instagram maka akan semakin dapat menciptakan gaya busana hijab siswi.

Saran:

1. Hasil analisis menjelaskan bahwa adanya signifikansi korelasi antara media sosial InstagramAmeliaelle dengan gaya busana hijab siswi hijab siswi SMA Islam Terpadu Asy-Syukriyyah, Tangerang maka disarankan agar mempertahankan kualitas penyajian pesan nya dengan lebih menonjolkan aspek-aspek daya tarik produk-produk busana hijab yang ditawarkan dan tampilan foto serta video produk yang menarik minat *followers* akun InstagramAmeliaelle untuk selalu melihat nya.
2. Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian ini maka disarankan agar keseluruhan penyajian info pada Media Sosial Instagram Ameliaelle disajikan dengan seluruh tampilan spesifikasi suatu produk hijab secara detail jangan hanya fokus pada tampilan fisik produknya. Hal ini dapat membuat khalyak mengenal keunggulan produk yang ditawarkan, karena penggunaan media sosial InstagramAmeliaelle mempunyai pengaruh yang cukup dalam upaya membentuk gaya busana hijab iswi SMA Islam Terpadu Asy-Asyukriyyah, Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA**Buku:**

- Ardha, Yunita. 2013. *Dampak Positif dan Negatif Media Sosial, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta*
- Badri, M. Msi. 2011. *Media dan Pembangunan*. Riau: Creative (Riau Creative Multimedia)
- Cangara, H, Hafied, 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008
- Ibrahim. 2007. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung : Sinar Baru Algensindo
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Internet:

- www.instagram.com/ameliaelle/ (diakses 7 Juni 2017, jam: 19.00 WIB)
- www.wikipedia.org/wiki/Instagram (diakses 7 Juni 2017, jam: 14.00 WIB)