



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH AKUN INSTAGRAM @NUSANTARAFIT
TERHADAP PERUBAHAN GAYA BERPAKAIAN
STREETWEAR MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH
DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)

Oleh :

Ilham Nur Wachid

NIM: B75217121

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA
2021**

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Nur Wachid

NIM : B75217121

Prodi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Pengaruh Akun Instagram @Nusantarafit Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Sidoarjo, 4 Februari 2021

Yang membuat pernyataan



Ilham Nur Wachid

B75217121

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Ilham Nur Wachid
NIM : B75217121
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Akun Instagram @nusantarafit Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 6 Maret 2021

Menyetujui Pembimbing,



Dr. Ali Nurdin, S.Ag M.Si
NIP. 19716021998031001

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI
PENGARUH AKUN INSTAGRAM @NUSANTARAFIT
TERHADAP PERUBAHAN GAYA BERPAKAIAN
STREETWEAR MAHASISWA FDK UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA.
SKRIPSI

Disusun Oleh:
Ilham Nur Wachid
B75217121

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu Pada tanggal 1 April 2021

Tim Penguji

Penguji I

Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si
NIP. 197106021998031001

Penguji III

Dr. Agoes M. Moeftah S.H, M.Si
NIP. 197008252005011004

Penguji II

Dr. Nikmah Hadiati S., M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji IV

Iman Maksun, M.Ag
NIP. 197306202006041001

Surabaya, 7 April 2021

Dekan,



Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ilham Nurwachid
NIM : B75217121
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI/ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : ilham.nw@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH AKUN INSTAGRAM @NUSANTARAFIT TERHADAP PERUBAHAN GAYA BERPAKAIAN *STREETWEAR* MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 09 April 2021

Penulis

(Ilham Nurwachid)

ABSTRAK

Ilham Nur Wachid, NIM B75217121, 2021. *Pengaruh Akun Instagram @Nusantarafit Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.*

Kata Kunci : Instagram, @Nusantarafit, Gaya Berpakaian Streetwear

Sosial media memiliki fungsi yang bermacam-macam dalam perkembangan saat ini. Hal ini dikarenakan mudahnya mengakses sosial media dan mendapatkan informasi dari mana saja sehingga dapat menyebabkan anak muda atau mahasiswa meniru apa yang menurut mereka menarik. Karena kemudahan itu, seseorang akhirnya bisa mendapatkan pengetahuan tentang perkembangan gaya berpakaian serta meniru apa yang menurut mereka menarik termasuk gaya berpakaian *streetwear* ini.

Dalam penelitian ini ada dua persoalan yang dikaji yaitu: (1) Apakah ada pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. (2) Sejauhmana tingkat pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelatif. Hasil dari penelitian ini yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,873 > 0,160$). Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada korelasi positif sebesar 0,873 antara pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* dan memiliki signifikansi sangat kuat. Sedangkan untuk tingkat pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian yaitu 76,2% dan memiliki tingkat pengaruh yang kuat.

ABSTRACT

Ilham Nur Wachid, NIM B75217121, 2021. The Influence of @Nusantarafit Instagram Account on Changes in Dress Style of Students of the Faculty of Da'wah and Communication UIN Sunan Ampel Surabaya.

Keywords : Instagram, @Nusantarafit, Streetwear Style

Social media has various functions in today's development. This is because it is easy to access social media and get information from anywhere so that it can cause young people or students to imitate what they think is interesting. Because of that convenience, someone can finally gain knowledge about the development of clothing styles and imitate what they think is attractive, including this streetwear style of dress.

In the study, namely: (1) is there an influence on the instagram account @nusantarafit on the streetwear style changes of students of the Faculty of Da'wah and Communication UIN Sunan Ampel Surabaya. (2) to what extent is the level of influence of the @nusantarafit instagram account on the streetwear style of student of the Faculty of Da'wah and Communication UIN Sunan Ampel Surabaya.

The method in this study uses a quantitative approach with correlative research type. The result of this study are $r_{count} > r_{table}$ ($0.873 > 0.160$). So that H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that there is a positive correlation of 0.873 between the influence of the @nusantarafit instagram account on changes in streetwear style and has a very strong significance. Meanwhile, the level of influence of instagram @nusantarafit on changes in modest dress style is 76,2% and got a effect strong.

نبذة مختصرة

على التغييرات في نمط ملابس طلاب كلية الدعوة تأثير حساب. إلهام نور وشيد ، والاتصال ، سنان أمبل سورابايا.

ستايل سنريتيوير ، نوسانتارافيت ، انستغرام :الكلمات الرئيسية

وسائل التواصل الاجتماعي لها وظائف مختلفة في تطور اليوم. هذا لأنه من السهل الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي والحصول على المعلومات من أي مكان بحيث يمكن أن يجعل الشباب أو الطلاب يقلدون ما يعتقدون أنه مثير للاهتمام.

في هذه الدراسة ، تمت دراسة مشكلتين ، وهما: (واحد) هل هناك تأثير على حساب على تغييرات أسلوب أزياء الشارع لطلاب كلية الدعوة نوسانتارافيت انستغرام إلى أي مدى يؤثر مستوى تأثير حساب (إثنان). سونان أمبل سورابايا والاتصال على أسلوب ملابس الشارع لطلاب كلية الدعوة والاتصال في على

تستخدم الطريقة في هذه الدراسة نهجًا كميًا مع نوع البحث المترابط. نتائج هذه هذا يعني أن هناك ارتباطًا إيجابيًا قدره. بين وقبول بحيث يتم رفض الدراسة هي على التغييرات في أسلوب ملابس الشارع وله أهمية قوية جدًا تأثير حساب.

DAFTAR ISI

Halaman

Judul Penelitian (sampul)	i
Lembar Persetujuan Pembimbing	ii
Lembar Pengesahan Tim Penguji	iii
Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Pertanggungjawaban Otentisitas Skripsi	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional	7
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II : KAJIAN TEORETIK	
A. Kajian Konseptual	11
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	20
C. Kerangka Teori <i>S-O-R</i>	23
D. Gaya Berpakaian dalam Perspektif Islam	26
E. Kerangka Pikir Penelitian	29
BAB II : METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	33

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	34
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	35
E. Tahap-tahap Penelitian.....	38
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Teknik Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian.....	42
H. Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B. Penyajian Data.....	58
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71
1. Perspektif Teoretis.....	71
2. Perspektif Keislaman	72
BAB V : PENUTUP	
A. Simpulan	75
B. Rekomendasi.....	76
C. Keterbatasan Penelitian	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83
BIOGRAFI PENULIS.....	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 variabel dan indikator penelitian.....	42
Tabel 3.2 bobot penilaian pernyataan.....	46
Tabel 3.3 expert judgement.....	50
Tabel 3.4 Hasil perbaikan expert judgement.....	51
Tabel 4.1 validitas variabel.....	65
Tabel 4.2 hasil uji reliabilitas.....	67
Tabel 4.3 jenis kelamin responden.....	68
Tabel 4.4 semester yang ditempuh.....	69
Tabel 4.5 jurusan responden.....	70
Tabel 4.6 Uji normalitas.....	72
Tabel 4.7 uji pearson product moment.....	74
Tabel 4.8 Pedoman Interpretasi terhadap koefisien korelasi....	75
Tabel 4.9 koefisien determinasi.....	76
Tabel 4.10 uji T.....	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 gambar kuisioner.....	45
Gambar 3.2 rumus alpha cronbach.....	48
Gambar 3.3 rumus korelasi pearson product moment.....	49
Gambar 3.4 rumus uji normalitas.....	55
Gambar 3.5 rumus uji koefisien determinasi.....	56
Gambar 3.6 rumus pearson product moment.....	58
Gambar 3.7 rumus uji T.....	59
Gambar 4.1 profil instagram nusantarafit.....	60
Gambar 4.2 referensi gaya berpakaian.....	62
Gambar 4.3 konten akun instagram nusantarafit.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman yang *modern* dan serba digital sekarang ini peran sosial media sangat berpengaruh bagi kehidupan. Tak terkecuali bagi para penggemar *fashion* untung mendapatkan berbagai macam gaya *fashion* demi mengubah penampilan mereka. Pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2019 menurut riset Wearesosial Hootsuite ada sebanyak 150 juta orang atau 56% dari total populasi. Hal ini membuat Indonesia menduduki peringkat ke-6 sebagai negara yang sering mengakses internet. Menurut data yang dirilis Napoleon Cat, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta pengguna. Hal ini menjadikan Instagram menduduki peringkat ke-4 sebagai media sosial yang sering diakses di Indonesia.²

Media sosial pada zaman ini tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, media sosial juga dapat berfungsi sebagai media perkembangan *trend fashion* termasuk *streetwear* oleh para penggemarnya. Fenomena *hype* adalah sebutan bagi mereka yang gemar menggunakan *fashion streetwear* terutama bagi mereka yang menggunakan *brand* yang sedang tren. *Hypebeast* adalah salah satu media online yang selalu meng-*update* tentang perkembangan *fashion* terutama tentang *streetwear* dan gaya berpakaian anak muda. Berbagai macam merek *brand* yang ditampilkan diberanda akun Instagram @nusantarafit. *Brand-brand*

² <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial> (Diakses pada 12 Oktober 2020)

tersebut adalah seperti *Supreme*, *Stussy*, *BAPE*, *Gucci*, dan lain-lain.³

Streetwear yang dulunya hanya digemari oleh para pemain *skateboard*, *surf*, dan *hip-hop* kini menjadi *fashion* dari berbagai kalangan. *Streetwear* sendiri dulunya adalah *fashion* bagi mereka yang terlibat dalam suatu gerakan yang berada dibawah industri *fashion*. Menurut David Fischer, penggagas situs *Streetwear Highsnobiety*, saat menjelaskan subkultur *fashion*. Para pengguna *streetwear* adalah simbol dari perjalanan *streetwear* menuju dunia *mainstream* dan segelintir orang dibawahnya ikut. Yang awalnya *fashion underground* untuk para *skater* sekarang menjadi *fashion* untuk berbagai kalangan dan anak muda.⁴

Gaya berpakaian *streetwear* ini semakin dikenal di dunia dan Indonesia bermula dipromosikan oleh perusahaan asal Hongkong bernama *Hypebeast* pada tahun 2005. *Hypebeast* membuat sebuah platfrom dimana menampilkan dan meliput tentang gaya berpakaian dari tiap negara. Sehingga hampir sebagian anak muda membuat berpatokan pada *Hypebeast* untuk meng-*update* gaya berpakaian serta *brand* apa yang sedang dibicarakan dikalangan *fashion streetwear*. Bukan hanya pakaian yang direkomendasikan oleh *Hypebeast*, ada berbagai macam *sneakers* yang juga ditampilkan dalam majalahnya.

³ https://www.vice.com/id_id/article/yw5gz7/alasan-streetwear-yang-dulunya-cuma-digemari-skater-kini-jadi-buruan-abg-tajir (Diakses pada 12 Oktober 2020)

⁴ https://www.vice.com/id_id/article/yw5gz7/alasan-streetwear-yang-dulunya-cuma-digemari-skater-kini-jadi-buruan-abg-tajir (Diakses pada 12 Oktober 2020)

Fenomena *Hypebeast* pada awalnya terkenal karena seorang pemuda bernama Gully Guy alias Leo Mandela, remaja berusia 14 tahun asal Warwickshire, Inggris. Ia memiliki 197 ribu pengikut di sosial media Instagram. Di akun Instagramnya, ia memamerkan pakaian yang dimiliki dengan *brand* ternama seperti *Supreme*, *Bape*, dan *Palace* yang mengklaim telah menghabiskan 9000 poundsterling hanya untuk gaya pakainya.

Di Indonesia fenomena *hypebeast* ini dapat juga dilihat melalui akun instagram @nusantarafit. Dalam akun instagram tersebut terdapat postingan anak muda Indonesia tenggelam dalam subkultur *hypebeast* ini dengan memamerkan pakaian merek-merek terkenal seperti *Off white*, *Anti Social Social Club*, dan *BAPE*.⁵ Bukan hanya merek-merek terkenal saja namun ada pula *brand* yang berasal dari Indonesia atau bisa disebut produk lokal.

Fenomena ini juga dapat dilihat dari gaya berpakaian anak-anak muda jaman sekarang terutama pada mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya. Mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi ada yang menggunakan gaya berpakaian *streetwear*. Hal tersebut bisa digambarkan dengan gaya berpakaian mahasiswa yang mana lebih memilih menggunakan celana jeans, jaket atau *hoodie*, ketimbang menggunakan pakaian formal seperti menggunakan kemeja atau almamater.

Dalam postingan akun instagram @nusantarafit terdapat berbagai macam referensi gaya berpakaian ala *streetwear* dengan memadukan berbagai macam *brand-brand* yang diantaranya ada *brand* yang berasal dari luar negeri seperti

⁵ <https://tirto.id/bagaimana-streetwear-menjadi-barang-mewah-cuSJ>
(Diakses pada 12 Oktober 2020)

LV, Supreme, Stussy, Patta, AirJordan, Uniqlo, H&M dan berbagai macam *brand* lokal seperti *Compass, Rucas, dan Ventela*.

Louis Vuitton, Gucci, dan Dior adalah nama besar yang mewakili merek mahal *high fashion*. Mereka yang menggunakan merek ini biasanya mencari kebanggaan, glamor, dan kualitas terbaik dari sebuah produk pakaian. Salah satu alasan mengapa kolaborasi ini muncul, banyak anak muda generasi Z pada hari ini menggunakan dan menyukai gaya berpakaian *streetwear* yang nyaman digunakan dan memiliki karakter. Digabungkan dengan kebanggaan dan gengsi *high fashion* maka hasilnya adalah kolaborasi yang digemari.⁶ Masuknya *brand* dan desainer pakaian mewah ke dalam ranah *streetwear* bukan menjadi hal baru. *Streetwear* adalah cara berpakaian yang umum bagi para konsumen Milenial dan Gen Z.

Pada dasarnya, manusia termotivasi untuk hidup senang dan bersenang-senang. Sifat tersebut adalah bentuk lain dari *behavior* kelompok masyarakat yang dapat dimanfaatkan secara menguntungkan untuk menciptakan *demand*.

Saat ini, Indonesia mulai dilirik oleh pasar-pasar internasional khususnya pada ranah *streetwear* karena konsumerisme masyarakat Indonesia terhadap gaya *fashion streetwear* mulai besar dan sangat berpotensi membawa keuntungan bagi *brand-brand* luar negeri. Hampir semua muda mudi dari golongan apa saja tidak hanya golongan tertentu yang mengikuti gaya *streetwear* ini. Mereka meniru gaya berpakaian sang idola.

⁶ <https://tirto.id/bagaimana-streetwear-menjadi-barang-mewah-cuSJ>
(Diakses pada 12 Oktober 2020)

Seiring berkembangnya dunia industri, hiburan, informasi, dan teknologi, gaya berpakaian menjadi eksistensi seseorang didalam suatu komunitasnya. Dengan menggunakan gaya berpakaian tertentu seseorang dapat menunjukkan jati dirinya. Hal ini dapat menjadikan bahwa gaya berpakaian seseorang sudah menjadi bagian dari gaya hidup. *Fashion* selalu mengalami perubahan. *Fashion* mungkin berbeda berbeda dalam satu kelompok masyarakat, tergantung dari usia, kelas sosial, generasi dan pekerjaan. Dari *fashion* juga dapat menggambarkan sebuah simbol bagi setiap golongan atau individu.

Streetwear telah menjadi bagian industri, menurut Kaiser industri mengubah sejarah *fashion* masyarakat urban menjadi *tren* pasar yang populer. *Streetwear* tumbuh menjadi *tren* yang dapat dianut oleh semua orang ataupun kalangan. Hingga kini tidak heran lagi apabila orang berdandan seperti layaknya *skater* tetapi ia tidak memiliki hubungan dengan *skateboard* sama sekali.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena *trend* atau gaya berpakaian *fashion streetwear* atau gaya jalanan. *Fashion streetwear* belakangan ini dianggap sebagai salah satu *trend fashion* yang bisa dibilang populer diberbagai dunia, dan tak terkecuali di Indonesia. Ditinjau melalui segi *etimologis* (segi kebahasaan), *fashion streetwear* bisa diartikan sebagai gaya berpakaian *casual* yang digunakan oleh sebagian orang, yang mana sebagian orang tersebut menganut kebudayaan dan perpaduan dari unsur kebudayaan pada generasi muda dan perkotaan.⁷

⁷ <https://www.lexico.com/definicion/streetwear> (Diakses pada 19 Oktober 2020)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori komunikasi S-O-R (*Stimulus Organism Respons*) yang dikemukakan oleh Houland, et, al. Teori S-O-R ini beranggapan bahwa organism menghasilkan perilaku jika ada kondisi stimulus tertentu. Efek yang timbul ialah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang bisa mengharapkan antara pesan dan reaksi komunikasi. Unsur-unsur didalam model ini adalah: (1) Pesan (*Stimuli*) ; (2) Komunikasi (*Organism*) ; (3) Efek (*Response*).

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah

1. Apakah ada pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya?
2. Sejauhmana tingkat pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian

- streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Untuk menjelaskan tingkat pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti sendiri, antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis :
Hasil penelitian ini mampu mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi serta menambah wawasan dan sudut pandang baru media komunikasi massa tentang dampak media komunikasi masa, salah satunya instagram terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear*.
2. Manfaat Praktis :
Hasil penelitian ini mampu mengubah wawasan dan bisa menjadi sumber untuk penelitian dengan tema dan metode sejenis serta bisa diterapkan dalam media komunikasi massa untuk mengetahui dampak dari media komunikasi massa terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* khususnya pada mahasiswa dan remaja.

E. Definisi Operasional

Menurut Azwar, definisi operasional adalah definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan dari katakarakteristik vaiabel yang diamati. Definisi operasional

berguna dalam suatu penelitian karena dapat memberikan batasan pengertian yang jelas, sehingga lebih mudah diukur.⁸

1. Instagram @nusantarafit

Instagram adalah aplikasi yang berbasis android yang memungkinkan penggunaanya untuk mengambil sebuah gambar, filter digital, untuk membagikannya ke berbagai media sosial lainnya atau instagram milik personal itu sendiri.⁹ Instagram bersalah dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan” sedangkan kata “gram” sendiri berasal dari kata “telegram”.

Instagram merupakan media yang digunakan oleh sebagian orang di Indonesia dengan berbagai tujuan. Salah satu tujuan itu ada yang menggunakan instagram untuk sekedar mengetahui trend apa yang sedang terjadi.

Instagram @nusantarafit adalah sebuah akun sosial media di instagram dengan postingan berbagai referensi pakaian dengan gaya atau *fashion* yang sedang banyak diminati oleh berbagai kalangan terutama bagi anak muda yang ingin mengikuti trend *streetwear*. Akun instagram @nusantarafit ini digunakan oleh mahasiswa sebagai sarana untuk mencari referensi gaya berpakaian jalanan atau biasa disebut *streetwear*. Nusantara bisa disebut sebagai kepulauan yang diapit oleh dua hal. Yang pertama dua benua yaitu benua Australia dan Asia, dan dua samudera yaitu

⁸ Azwar, S. *Penyusun Skala Psikologi*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar 2011) 11.

⁹ Agustina, Jurnal, “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA Negeri 3 Samarinda” (Samarinda : Universitas Mulawarman 2016) 412.

samudera Hindia dan Pasifik. Nusantara ialah istilah yang sering kali digunakan untuk menyebut Indonesia. Nama nusantara ada jauh sebelum terlahirnya Indonesia.

2. Gaya Berpakaian *Streetwear*

Gaya berpakaian *streetwear* adalah cara seseorang untuk memadukan busana yang ia gunakan sesuai dengan keinginan atau gaya kepribadian seseorang. Setiap orang memiliki gaya dan minat dari cara berpakaian yang tidak bisa disamakan dengan gaya dan minat orang lain.

Fashion atau gaya berpakaian merupakan sebuah gaya yang tertuju pada cara berpakaian yang sedang *trend* atau populer dalam masyarakat pada suatu budaya tertentu. Secara umum, *fashion* atau gaya berpakaian diartikan beragam, karena meliputi seni, bahasa, arsitektur dan juga masakan.¹⁰

Menurut *Thomas Carlyle* pakaian adalah perlambangan jiwa. Pakaian tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia.¹¹ *Fashion* dapat diartikan sebagai segi sosial yang mengandung pesan dan juga cara hidup individu yang menjadi bagian dari kultur sosial. Sedangkan menurut *Polhemus* dan *Procter* menyebut *fashion* yaitu istilah untuk menunjukkan gaya, busana, dan tampilan.

Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear* pada mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Ampel

¹⁰ <https://jagad.id/pengertian-fashion-stylist-secara-umum-dan-menurut-para-ahli/> (Diakses pada 17 Oktober 2020)

¹¹ *Ibid.*,

Surabaya yaitu gaya *fashion* anak muda yang menganut kultur jalanan seperti *hip-hip*, *punk*, dan *skateboarding* yang lahir dengan konsep “*do it yourself*”. *Streetwear* ialah sebuah *fashion* yang memiliki pesan terhadap para penggunanya. *Streetwear* gaya berpakaian bebas yang tidak formal seperti layaknya pakaian pekerja dan bebas memadukan antara merek, gaya, dan kesesuaian yang menarik.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I pendahuluan, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab II kajian teoritik, terdiri dari penelitian terdahulu yang relevan, kajian teori (dalam perspektif islam), paradigma penelitian, hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel, teknik sampling, variabel, dan indikator penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas instrument penelitian, teknik analisis data.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan, terdiri dari gambaran umum objek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian (perspektif teoretis dan perspektif keislaman).

Bab V penutup, terdiri dari kesimpulan, saran dan rekomendasi, keterbatasan penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Kajian Konseptual

1. Instagram

Instagram adalah aplikasi yang berbasis android yang memungkinkan penggunaanya untuk mengambil sebuah gambar, filter digital, untuk membagikannya ke berbagai media sosial lainnya atau instagram milik personal itu sendiri.¹² Instagram berasal dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan” sedangkan kata “gram” sendiri berasal dari kata “telegram”. Instagram bisa disebut juga suatu jejaring sosial yang memiliki tujuan mempermudah penggunaanya serta membantu untuk membagikan karya atau foto kepada pengguna Instagram lainnya. Instagram dapat digunakan pada pengguna smartphone android, iphone, dan ipad.

Awal mula terciptanya aplikasi Instagram ialah berasal dari perusahaan Burb INC, perusahaan0n INC adalah perusahaan yang mempunyai visi dan misi menciptakan sebuah aplikasi pada hp atau gadget. Perusahaan ini terbentuk awal mulanya juga karena menciptakan berbagai aplikasi pada gadget. Mike Krieger dan Kevin Systrom juga ikut andil dalam terciptanya aplikasi Instagram. Mereka berdua adalah progamer sekaligus CEO. Sekitar bulan Januari 2010 Instagram didirikan bersama perusahaan Burb INC dan

¹² Agustina, Jurnal, “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA Negeri 3 Samarinda” (Samarinda : Universitas Mulawarman 2016) 412

10 bulan setelah terciptanya Instagram, mereka mendapatkan lebih dari 7 juta pengguna aktif.¹³ Sebelum menciptakan aplikasi Instagram, Systrom pada waktu itu telah menciptakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk berbagi foto dan tulisan yaitu aplikasi Burbn yang pada akhirnya Krieger dan Systrom mengubah Burbn menjadi aplikasi Instagram seperti yang ssar ini kita gunakan.

Jejaring sosial sering dianggap memiliki fungsi sebagai eksistensi diri di dunia maya. Hubungan-hubungan yang ada di dalamnya juga eksistensi yang berasal dari hubungan-hubungan yang ada. Lampe melakukan penelitian yang mana alasan pengguna jejaring sosial yaitu untuk mencari orang yang mereka kenal serta dapat berinteraksi dengan teman-temannya tersebut dan bukan untuk mencari teman yang baru. Jaringan internet yang ada dimanfaatkan oleh Instagram untuk menjalankan aplikasi tersebut. Instagram sendiri memiliki fungsi lebih dalam kekuatan visual yaitu dalam hal pengaplikasian sebuah foto dan video.

Instagram sendiri memiliki karakteristik yang bisa dibilang berbeda dengan aplikasi jejaring sosial lainnya seperti *Facebook* dan *Twitter*. Hal-hal penting yang terdapat dalam instagram yang menjadi karakteristiknya yaitu antara lain seperti *followers*, *following*, *post*, *comment*, *hashtag*, *searching*, dan *profile* dari pengguna akun instagram. *Followers* yaitu pengikut akun instagram yang mengikuti sebuah akun yang mana

¹³ George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*, (Tangerang: Gemilang, 2016), Hal. 91

mereka dapat melihat setiap apa yang diposting oleh pengguna yang mereka ikuti. *Following* yaitu akun atau seseorang yang diikuti oleh pengguna instagram sehingga dapat menjalin komunikasi serta bisa saling melihat postingan dari masing-masing penggunanya. *Post* yaitu sebuah gambar atau video yang telah diunggah oleh pengguna akun instagram. Melalui sebuah postingan gambar atau video di instagram, sebuah akun instagram bisa saja mendapatkan sebuah *endorser*. *Endorser* ialah sebuah iklan yang menyerupai gambar maupun video pada suatu produk melalui media sosial seperti Instagram. Pada media sosial seperti Instagram fenomena ini muncul, pengguna *endorser* sering muncul pada akun-akun yang memiliki jumlah *followers* yang bisa dibilang banyak diantara 10 ribu, hingga jutaan.

2. @Nusantarafit

Nusantara menurut KBBI memiliki arti sebutan bagi seluruh wilayah kepulauan di Indonesia.¹⁴ Nusantara bisa disebut sebagai kepulauan yang diapit oleh dua hal. Yang pertama dua benua yaitu benua Australia dan Asia, dan dua samudera yaitu samudera Hindia dan Pasifik. Nusantara ialah istilah yang sering kali digunakan untuk menyebut Indonesia. Nama nusantara ada jauh sebelum terlahirnya Indonesia. Menurut perundang-undangan Majapahit pada tahun 1967, nama Nusantara lahir dimasa kerajaan Majapahit pada sekitar abad ke-14.¹⁵

¹⁴ KBBI Daring, <https://kbbi.web.id/nusantara> diakses pada tanggal 12 Januari 2021

¹⁵ Asal Usul Nusantara Daring, <https://www.kompas.com/skola/read/2020/02/15/080000369/asal-usul-istilah-nusantara> diakses pada tanggal 12 Januari 2021

Nusantara tercatat diucapkan oleh patih Majapahit yaitu Gajah Mada. Gajah Mada mengucapkan melalui sumpah yang sekarang dikenal sebagai sumpah palapa. Sumpah itu diucapkan saat upacara pengangkatan menjadi patih Amangkubumi Majapahit.

Kitab Negarakertagama menyebutkan bagian yang termasuk dari Nusantara yang sekarang menutup sebagian besar wilayah dari Indonesia *modern* yakni Sumatera, Kalimantan, Nusa Tenggara, Sulawesi dan pulau-pulau yang ada di sekitarnya, sebagian Maluku, dan Papua Barat ditambah Malaysia, Singapura, Brunei, dan sebagian kecil daerah Filipina selatan.¹⁶ Namun, para sejarawan mempercayai bahwasannya konsep kepulauan Indonesia pertama kalinya bukan dibuat oleh Gajah Mada di Sumpah Palapa pada tahun 1336, namun lebih awal setengah abad 1275 oleh Kertanegara. Hal ini dikenal sebagai Mandala Dwipantara yang dipicu oleh Kertanegara Raja dari Singhasari.

Dwipantara dalam bahasa sansekerta yaitu “nusantara antara”, yang mana identik dengan nusantara, karena “dwipa” identik dengan “tanah air” yang berarti “pulau”. Pada saat itu Kertanegara sendiri memiliki kekuasaan wilayah di Asia Tenggara dibawah kekuasaan Singhasari. Untuk mengantisipasi serangan dari Dinasti Yuan Mongol di China, Kertanegara mengadakan Ekspedisi Kertanegara Pamalayu yang memiliki fungsi untuk membangun persatuan dan aliansi politik dengan kerajaan Melayu di Jambi.

¹⁶ <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-nusantara/> diakses pada tanggal 5 Februari 2021.

Nusantara sendiri memiliki istilah untuk menggambarkan sebuah kepulauan dari Papua hingga Sumatera, yang sekarang bisa disebut Indonesia. Kata ini pertama kali dicatat dalam literatur bahasa Jawa Tengah pada abad ke-12 hingga abad ke-16 yang memiliki gambaran sebuah negara yang mengadopsi konsep Majapahit. Istilah ini sempat dilupakan pada waktu itu sebelum akhirnya dihidupkan kembali oleh Ki Hajar Dewantara yang memiliki fungsi sebagai nama alternatif untuk penerus Hindia Belanda yang pada saat itu belum terwujud.¹⁷

Dikarenakan semakin berkembangnya politik, istilah nusantara sendiri akhirnya digunakan untuk menggambarkan sebuah kesatuan pulau yang geografi-antropologi terletak di antara benua Asia dan Australia, meliputi juga Semenanjung Melayu, namun tidak mengikutsertakan Filipina. Setelah 12 tahun merdeka, perdana menteri Indonesia, Djuanda pada 13 Desember 1957 yang mana isi dari deklarasi tersebut ialah :

- a) Perairan Indonesia adalah laut wilayah Indonesia beserta perairan pedalaman Indonesia
- b) Laut Wilayah Indonesia adalah jalur laut 12 mil laut
- c) Perairan pedalaman Indonesia adalah semua perairan yang terletak pada sisi dalam dari garis dasar.

¹⁷ <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-nusantara/> diakses pada tanggal 5 Februari 2021

Dari deklarasi Djuanda tersebut melahirkan konsepsi wawasan Nusantara yang mana laut tidak lagi menjadi pemisah, namun sebagai penghubung.

Sedangkan menurut KBBI *fit* adalah keadaan berdaya tahan bagi tubuh untuk melakukan aktivitas fisik.¹⁸ Namun, dalam bahasa Inggris *fit* sendiri dapat diartikan sebagai cocok atau sesuai.

Nusantarafit adalah sebuah akun sosial media di Instagram dengan postingan berbagai referensi pakaian dengan gaya atau *fashion* apa yang sedang banyak diminati oleh berbagai kalangan terutama bagi anak muda yang ingin mengikuti trend *streetwear*. Pada penelitian Pengaruh Akun Instagram @nusantarafit Terhadap Gaya Berpakaian *Streetwear* misalnya, terdapat dampak dari akun Instagram tersebut yang dapat merubah pengetahuan serta referensi gaya berpakaian mahasiswa terutama tentang gaya berpakaian *streetwear*.

3. Gaya Berpakaian *Streetwear*

Fashion atau gaya berpakaian merupakan sebuah gaya yang tertuju pada cara berpakaian yang sedang *trend* atau populer dalam masyarakat pada suatu budaya tertentu. Secara umum, *fashion* atau gaya berpakaian diartikan beragam, karena meliputi seni, bahasa, arsitektur dan juga masakan.¹⁹ Fenomena *fashion* pada awalnya muncul karena

¹⁸ KBBI Daring, <https://kbbi.web.id/fit> diakses pada tanggal 12 Januari 2021

¹⁹ <https://jagad.id/pengertian-fashion-stylist-secara-umum-dan-menurut-para-ahli/> Diakses pada 17 Oktober 2020

terpengaruh oleh “kamu adalah apa yang kamu kenakan”, yang mana hal ini menyebabkan fashion menjadi hal yang kongkrit. *Fashion* adalah semacam kode cara berpakaian “makro” yang disitu menetapkan standart gaya menurut usia, gender, dan kelas sosial. Fashion memiliki elemen-elemen yang di dalam elemen tersebut seperti aksesoris, pakaian, dan gaya rambut.

Gaya berpakaian salah satu objek yang merupakan konsumsi penting didalam masyarakat modern. Dalam karya Simmel ia membahas tentang gaya atau *fashion*.²⁰ Dalam karyanya ia menjelaskan bahwa gaya memiliki sifat dialektis yang bisa diartikan keberhasilan dan penyebaran gaya tertentu yang pada akhirnya akan berujung pada kegagalan.²¹ Perbedaan adalah hal yang dapat menyebabkan sesuatu dipandang cocok; akan tetapi, ketika banyak orang menerimanya, gaya mulai tidak lagi dikatakan berbeda dan mulai kehilangan daya tarik. Menjadi sesuatu yang berbeda dari orang lain sama saja dengan hal yang ingin dicapai dalam penciptaan suatu gaya, salah satunya gaya berpakaian. Pakaian merupakan ekspresi dari tentang cara hidup. Seorang antropolog memiliki pandangan tentang pakaian yang merupakan bagian dari simbol kebudayaan masyarakat. Dari perkembangan itu kita bisa menemukan pakaian yang tradisional dan pakaian yang modern. Contohnya pada masyarakat modern gaya berpakaian tradisional hanya akan digunakan

20

²¹ Ritzer George, “*Sociology: Experiencing a Changing Society.*” (Boston: Allyn & Bancon Inc, 1979)

pada acara tertentu seperti halnya pada upacara perkawinan.

Apa yang telah diperlihatkan oleh gaya berpakaian atau *fashion*, orang dapat menyimpulkan siapa orang tersebut tanpa harus mengungkapkan melalui tindakan ataupun perkataan. Fashion bisa dikatakan sebagai tribalisme dan pemberian pesan secara jelas atau terang-terangan mengenai siapa kita. Hal inilah yang menyebabkan aksesoris bisa dinilai sebagai hal yang luar biasa apabila telah digunakan oleh seseorang ketika menunjukkan siapa dirinya. Menurut Roach dan Eicher *fashion* dan pakaian secara simbolis mengikat pada satu komunitas. Dari sini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang telah dikenakan merupakan suatu ikatan sosial itu sendiri yang mana pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial dengan yang lainnya. Fungsi mempersatukan dari *fashion* dan gaya berpakaian juga untuk mengkomunikasikan keanggotaan satu kelompok baik kepada orang-orang yang satu kelompok tersebut maupun tidak satu kelompok.

Streetwear sebuah gaya jalanan muncul berawal dari musik, gaya hidup, dan seorang pria bernama Shawn Stussy. Gaya ini terinspirasi dari para pemain papan seluncur atau biasa dikenal *surfing* dan *skate* yang hingga sekarang ini menjadi gaya yang diminati oleh berbagai kalangan terutama anak muda. *Streetwear* atau gaya jalanan ini menampilkan gaya berpakaian yang tanpa harus membeli pakaian

bermerek yang harganya sangat mahal.²² Shawn Stussy pria yang lahir di California, Amerika Serikat pada tahun 1954 tersebut pada saat kecilnya menghabiskan waktunya di lingkungan yang membawa dirinya mencintai olahraga laut yaitu *surfing*.²³ Kecintaannya tersebut dan keahliannya dalam bermain papan selancar membuat ia direkrut oleh perusahaan papan *surfing* Russel Surfboards. Stussy dianggap menjadi pelopor terlahirnya gaya berpakaian *streetwear* melalui produknya. Sebelum *Supreme* berhasil mempengaruhi penggemarnya dengan menjual barang dengan harga yang sangat mahal, James Jebbia pendiri *Supreme* pernah merintis bersama dengan *Stussy* sebelum pada akhirnya *Supreme* dapat berjalan mandiri.

Pada tahun 1980 *Streetwear* semakin menjamur dimana-mana. Munculnya iklan Adidas dan Kangol pada waktu itu dengan menampilkan gaya hip-hop yang mana gaya tersebut terinspirasi dari pada *skater* dan *surfer*.²⁴ Pada tahun 1984, *Streetwear* juga merambah ke dunia basket ketika Michael Jordan mengenakan sepatu Nike dan berhasil menarik pasar urban pada waktu itu. Stussy telah berhasil mengembangkan dunia *Streetwear*, gaya jalanan ini meluas keberbagai belahan dunia. Gaya berpakaian yang pada awalnya hanya digemari

²² Vic Stizzi, “*Tactical & Practical Startup Streetwear For The Artist, Athlete & Entrepreneur: Beginner*” (Yummyoda) hal. 1

²³ <https://glitzmedia.co/post/leisure/journal/kilas-balik-sejarah-kehadiran-streetwear-yang-kian-melejit> Diakses pada 14 Januari 2021

²⁴ Bobby Hundreds, “*This Is Not a T-shirt: A Brand, a Culture, a Community, a Life in Streetwear*” (2019)

oleh para pemain *surfing* dan *skateboard*, seiring berjalannya waktu menjadi budaya *punk* dan *hip-hop*, bahkan ikut merambah ke dunia olahraga terutama basket.

Streetwear mempunyai filosofi yang mana ingin memberikan kesempatan pada semua orang untuk dapat mengekspresikan dengan berbagai gaya yang menarik. *Streetwear* ialah sebuah *fashion* yang memiliki pesan terhadap para penggunanya. *Streetwear* gaya berpakaian bebas yang tidak formal seperti layaknya pakaian pekerja dan bebas memadukan antara merek, gaya, dan kesesuaian yang menarik.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Jurnal yang ditulis oleh Fadhel Arief dengan judul *Streetwear Sebagai Identitas Budaya pada Remaja Pengguna Streetwear di Kota Surabaya*. Hasil jurnal yang ditulis oleh Fadhel Arief ini adalah ke-enam orang yang menjadi responden dalam penelitiannya dikategorikan menjadi tiga tingkatan yaitu *Personal Layer*, *Enactment Layer*, dan *Communal Layer*.

Perbedaan : Jurnal ini menggunakan penelitian kualitatif dan metode deskriptif dengan menggunakan kajian *literature* dan *indepth interview* sebagai teknik pengumpulan datanya.²⁵ Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori komunikasi identitas oleh Michael

²⁵ Fadel Alief Feisol, Jurnal, “Streetwear Sebagai Identitas Budaya pada Remaja Pengguna Streetwear di Kota Surabaya” (Surabaya : UPN Veteran Jawa Timur 2018)

Hecth, yang membagi sejumlah informan kedalam tiga tingkat dalam sebuah proses pembentukan identitas dengan penggunaan fashion *Streetwear* sebagai gaya keseharian mereka. Peneliti melakukan penelitiannya melalui wawancara mendalam (*Indepth interview*) kepada informannya.

Skripsi yang ditulis oleh Irfan Fadillah dengan judul *Pengalaman Pengguna Brand Streetwear (Studi Fenomenologi Pengguna Brand Streetwear Dikalangan Mahasiswa Jakarta)*. Hasil skripsi yang dilakukan oleh Irfan Fadillah menunjukkan ada tiga tema yang muncul berkaitan dengan partisipan penelitian. Pertama adalah adanya inisiasi dimana proses memaknai brand dari sisi yang berbeda setiap orangnya. Kedua *society*, terjadi proses dalam intenal setiap individu yang memunculkan pergolakan dari batin dalam memenuhi kebutuhan mereka. Ketiga *Customer life cycle* yang mana pelanggan langkah dalam membeli suatu barang mulai dari mempertimbangkan, menggunakan, dan tetap setia dalam memilih produk yang akan dibeli.²⁶

Perbedaan : Skripsi ini menggunakan paradigma interpretif, dimana paradigma ini berusaha memahami tindakan sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menjelaskan sebuah fenomena sedala-dalamnya. Penelitian ini juga mengenai *streetwear* yang ada dalam event di Jakarta.

Jurnal yang ditulis oleh Azhar Basyir dengan judul *Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk*

²⁶ Irfan Fadillah, Skripsi, “*Pengalaman Pengguna Brand Streetwear Studi Fenomenologi Pengguna Brand Streetwear Dikalangan Mahasiswa Jakarta*” (Jakarta : Universitas Pertamina, 2020)

Terhadap Minat Beli (Studi Terhadap Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan). Hasil dari jurnal yang ditulis oleh Azhar Basyir adalah *Fashion Lifestyle* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada batik tulis Al-Fath KKG Bangkalan.²⁷

Perbedaan : Jurnal ini berfokus *fashioni lifestyle* apakah berpengaruh pada minat beli pada batik tulis Madura Al-fath KKG Bangkalan. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan data penelitian yang diperoleh, pengujian hipotesis dalam penelitian secara parsial *fashion lifestyle* tidak berpengaruh.

Thesis dan Desertasi yang ditulis oleh Mayan Rajendran dengan judul *The Development of Streetwear and The Role of New York City, London, and Supreme NY*. Hasil dari thesis ini menjelaskan bahwa perkembangan *streetwear* di New York terhadap orang yang berpakaian dengan gaya *streetwear* mereka merasa tidak ada hubungan antara pemakainya dan maksud yang disampaikan dari gaya *streetwear* itu sendiri. Padahal *streetwear* adalah sebuah *fashion* yang sebenarnya mewakili gerakan, dan pesan provokatif.²⁸

Perbedaan : Thesis ini menggunakan metode Kualitatif dengan mewawancarai pemilik toko, agen distribusi, musisi, dan ikon *streetwear* di kota New York City. Penelitian ini memfokuskan pada arti apa itu *streetwear* terhadap

²⁷ Azhar Basyir, Jurnal, "Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli : Studi Terhadap Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan" (Surabaya : Universitas Negeri Surabaya, 2019)

²⁸ Mayan Rejendran, Thesis, "The Development of Streetwear and The Role of New York City, London, and Supreme NY" (Kanada : Ryerson University, 2012)

pemakainya terutama di kota New York City. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengalaman bagi kalangan mahasiswa Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya 3 tema dalam menjelaskan fenomena yang dialami partisipan peneliti. Pertama, adanya proses inisiasi partisipan mengartikan sebuah *brand* itu berbeda setiap orangnya dan fenomena ini dijelaskan menggunakan perspektif interaksionisme simbolik.

Jurnal yang ditulis oleh Yu-Ting Chang, Bo Wu, Wen-Haung Cheng, Kai-Lung Hua dengan judul Fashion World Map: Understanding Cities Through Streetwear Fashion. Hasil dari jurnal ini adalah bagaimana kesan visual budaya fashion lokal di seluruh dunia bisa digambarkan, dimodelkan, dianalisis, dibandingkan dan dieksploitasi.

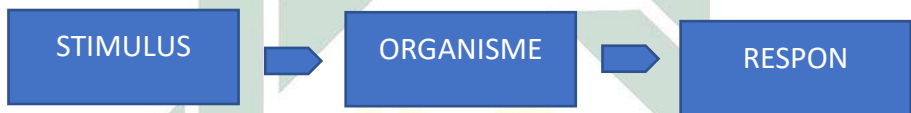
Perbedaan : Pada Jurnal yang ditulis oleh Yu-Ting Chang, Bo Wu, Wen-Haung Cheng, Kai-Lung Hua adalah mereka berfokus pada pakaian dan penggabungan faktor kontekstual seperti wajah, jenis kelamin, usia, dan warna kulit pada jurnal yang ditulisnya.²⁹

C. Kerangka Teori S-O-R

Teori S-O-R adalah singkatan dari *Stimulus – Organism – Respons*. Asumsi dasar dari model ini adalah media massa dapat menimbulkan efek yang terarah, segera, dan langsung terhadap komunikan. Menurut *Fisher* istilah S-R kurang tepat karena intervensi organisme antara *stimulus da response*

²⁹ Yu-Ting Chang, Bo Wu, Wen-Haung Cheng, Kai-Lung Hua, Jurnal, “Fashion World Map : Understanding Cities Through Streetwear Fashion” (Taiwan : CSIE National Taiwan University, 2017)

sehingga dipakailah istilah S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*). Teori S-O-R ini beranggapan bahwa organism menghasilkan perilaku jika ada kondisi stimulus tertentu.³⁰ Efek yang timbul ialah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang bisa mengharapkan antara pesan dan reaksi komunikasi. Unsur-unsur didalam model ini adalah: (1) Pesan (*Stimuli*) ; (2) Komunikasi (*Organism*) ; (3) Efek (*Response*). Sikap komunikasi dapat berubah jika stimulus yang menerpanya melebihi dari yang dialaminya.



Bagan 2.1 Model Teori S-O-R

Hosland, et al mengungkapkan proses perubahan sebuah perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar individu yang terdiri dari *Stimulus* (rangsang) yang diberikan kepada organisme dan dapat diterima ataupun ditolak.³¹

Bila stimulus ini dapat diterima dari organisme maka stimulus ini dapat dilanjutkan pada proses selanjutnya. Organisme akan mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi adanya kesediaan untuk bergerak demi stimulus yang sudah diterimanya (bersikap). Penelitian

³⁰ Bagus Ade Tegar Pratama. *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian dengan Perilaku Petani Jahe*. (Bali : Nilacakra, 2020), 34.

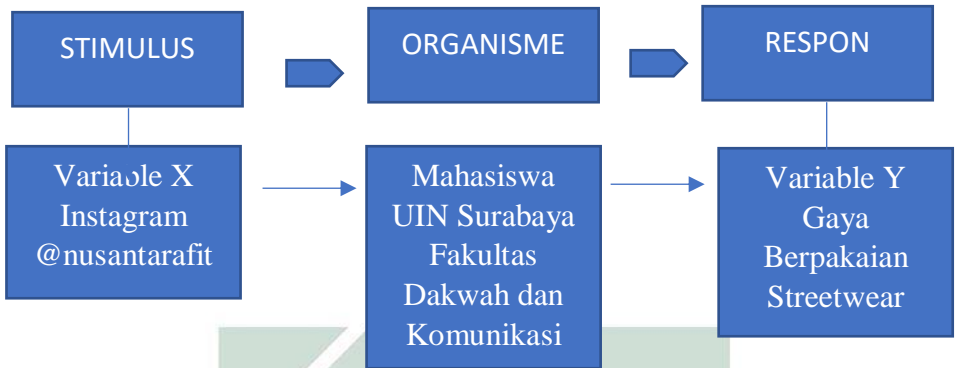
³¹ Bagus Ade Tegar Pratama. *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian dengan Perilaku Petani Jahe*. (Bali : Nilacakra, 2020), 34.

ini mempunyai rancangan yaitu *perceived quality* dan *perceived value*. Dengan berbagai dukungan fasilitas dan dorongan lingkungan maka stimulus mempunyai efek perubahan perilaku dari individu tersebut.

Teori ini juga mengatakan bahwa sebuah perilaku dapat berubah apabila hanya stimulus (rangsang) yang sudah diberikan melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang bisa melebihi stimulus awalnya berarti stimulus yang akan diberikan harus bisa meyakinkan organisme. Faktor *reinforcement* memegang peran yang sangat penting dalam meyakinkan organisme ini.

Dalam proses perubahan sebuah sikap, sikap dapat berubah jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi dari awalnya atau semula. Menurut *Huvland, Janis, dan Kelly* mereka berpendapat bahwa dalam memproses sikap ada tiga variabel penting, yaitu : (1) Perhatian, (2) Pengertian, dan (3) Penerimaan. Pesan yang disampaikan kepada komunikan bisa jadi akan diterima ataupun ditolak. Komunikasi akan berjalan jika ada perhatian dari komunikannya.

Teori ini berasumsi bahwa sebuah keberhasilan menjadikan sebuah perubahan terhadap perilaku tergantung pada kualitas rangsangan (*stimulus*) yang melakukan komunikasi dengan organisme. Artinya kualitas komunikasi (*sources*) seperti kredibilitas, kepemimpinan, dan gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan untuk merubah perilaku seseorang, kelompok, ataupun masyarakat.



Bagan 2.2 kerangka berpikir teori *S-O-R*

Kerangka berpikir utama dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui apakah ada pengaruh dari Instagram @Nusantarafit pada Gaya Berpakaian Streetwear Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Surabaya.

D. Gaya Berpakaian dalam Perspektif Islam

Pakaian memiliki makna apa yang dipakai atau dikenakan, seperti baju, celana, rok, dan lain sebagainya. Seiring berkembangnya jaman, gaya berpakaian juga mengalami perkembangan. Berbagai gaya berpakaian dapat ditemukan dengan mudah sehingga seseorang tidak jenuh akan gaya berpakaian yang itu-itu saja. Pakaian juga bisa dibidang sebagai kebutuhan manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari.

Manusia membutuhkan pakaian karena dari pakaian bisa saja mendapatkan kebaikan serta manfaat bagi orang yang memakainya. Namun dalam berpakaian hendaklah

memperhatikan apa yang ia pakai serta kondisi agar tidak menimbulkan masalah bagi dirinya sendiri maupun dilingkungannya. Pakaian memiliki fungsi diantaranya sebagai berikut³² :

1. Menutupi Aurat Manusia

Pakaian yang baik adalah pakaian yang menutupi aurat pemakai. Menutup aurat dapat menghindari berbagai hal terutama dari lawan jenis. Aurat juga memiliki hubungan rasa malu pada seseorang, apabila seseorang tidak menutup auratnya bisa dianggap sebagai orang yang tidak memiliki rasa malu terhadap sekitarnya.

2. Sebagai Pelindung Tubuh

Pakaian yang baik dapat juga berfungsi sebagai pelindung tubuh dari hal yang dapat menimbulkan negatif pada manusia. Seperti melindungi tubuh dari terik matahari, hujan, debu, dan lain sebagainya. Penggunaan pakaian juga harus disesuaikan pada kondisi agar dapat berfungsi maksimal.

3. Perhiasan Manusia

Seseorang dilihat menarik bisa melalui apa yang mereka pakai. Pakaian yang tepat ditambah dengan

³² Abdul Aziz Amr, *al-Libas wa al-Zinah fi Syari'ati al-Islam*, Beirut: Muassasah alRisalah 1403 Hal. 27-30

aksesoris pakaian dapat meningkatkan daya tarik seseorang dimata orang-orang yang ada disekitarnya.

4. Menghilangkan Perbedaan Antar Manusia

Pakaian dapat menghilangkan perbedaan pada manusia seperti status, pekerjaan, dan jabatan. Contoh yang nyata adalah ketika seseorang melakukan ibadah haji dan umrah di Kota Mekah. Setiap orang yang melakukan ibadah haji atau umrah menggunakan pakaian yang sama tidak ada perbedaan.

Dari fungsi-fungsi pakaian yang telah disebutkan, di Al-Quran juga dijelaskan bagaimana cara berpakaian menurut Islam sebagai berikut :

QS. Al-A`raf (7):26

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيثًا وَلِبَاسٍ التَّقْوَىٰ ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ
مِنَ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ٢٦

Artinya : *“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagai tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”*³³

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwa Allah SWT telah menyediakan umatnya pakaian untuk menutupi aurat dan sebagai perhiasan bagi manusia. Jadi sudah selayaknya

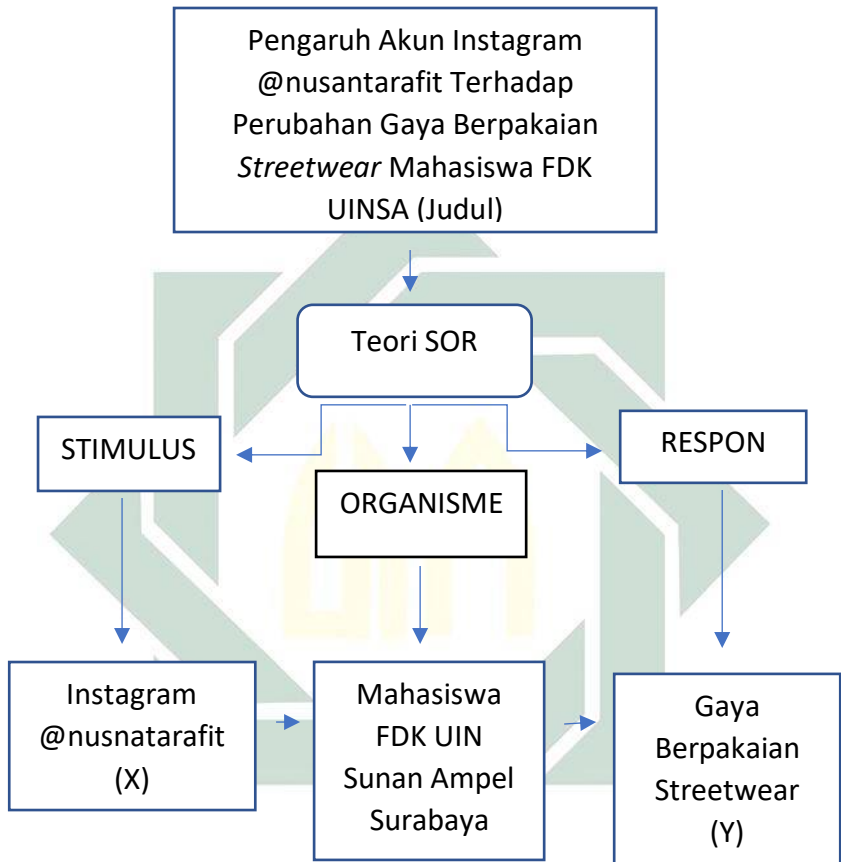
³³ Al-Quran Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/sura/7/26> diakses pada 15 Januari 2021

manusia terutama umat islam dapat memilih pakaian yang dapat menutup aurat mereka agar terhindar dari hal negatif.

E. Kerangka Pikir Penelitian

Hubungan antara variabel X Akun instagram @nusantarafit dan variabel Y Gaya berpakaian *streetwear* adalah adanya peningkatan atas minat anak muda sekarang kepada gaya berpakaian yang bebas atau dengan label *brand*. Di berbagai negara fenomena menggunakan pakaian *streetwear* atau bisa juga disebut *hypebeast* ini banyak diminati berbagai kalangan, termasuk di Indonesia. Fenomena *hypebeast* ini diperkenalkan melalui postingan gambar yang di unggah pada akun sosial media luar seperti @hypebeast. Di Indonesia akun yang membagikan postingan referensi gaya berpakaian *streetwear* atau *hypebeast* yaitu akun instagram @nusantarafit ini.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dimulai dengan adanya judul dari penelitian ini yang mengangkat tentang Pengaruh akun instagram @Nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *Streetwear* Mahasiswa FDK UINSA. Kemudian peneliti memilih menggunakan teori *S-O-R* yaitu *stimulus*, *organisme*, dan *respon*. Teori ini dianggap cocok oleh peneliti dengan judul yang mana *stimulus* dari penelitian ini adalah akun instagram @nusantarafit, *organisme*-nya yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, dan *respon*-nya adalah gaya berpakaian *streetwear*. Berikut konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut :



Bagan 2.3 Kerangka Pikir Penelitian

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan sementara berupa dengan apa saja yang akan peneliti amati. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang masih perlu diuji. Hipotesis

selalu mengambil bentuk dalam kalimat deklaratif dan dalam pernyataan ini secara umum dihubungkan satu atau lebih variabel dengan satu variabel lain.

Hipotesis membuat penelitian bisa menjadi jelas untuk arah pengujiannya atau bisa disebut menuntun peneliti ketika melaksanakan penelitian di lapangan baik sebagai objek penguji ataupun dalam pengumpulan data.³⁴

dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Hipotesis Kerja (H1), hipotesis kerja mengatakan terdapat hubungan antara variabel X dan Y
- b. Hipotesis Nol (H0), hipotesis nol mengatakan tidak terdapat hubungan yang antara variabel X dan Y.

Kemudian Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Ada pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

H0 : Tidak ada pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

³⁴ Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya) Edisi Kedua (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005) hlm, 85.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Didalam sebuah penelitian harus memiliki pendekatan yang digunakan agar dapat mempermudah dalam pengumpulan data serta menganalisa data yang ada. Selain itu, jenis penelitian juga sangat membantu peneliti agar penelitian yang dilakukan dapat memiliki hasil yang jelas. Dalam hal ini pendekatan dan jenis penelitian yang diambil oleh peneliti adalah jenis pendekatan Kuantitatif dan jenis penelitian Korelatif.

Peneliti memilih menggunakan jenis pendekatan Kuantitatif dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian kuantitatif ialah menggambarkan riset ataupun menjelaskan suatu masalah yang mana hasil dari penelitian tersebut dapat digeneralisasikan. Didalam riset yang dilakukan pada penelitian kuantitatif, peneliti dituntut untuk bersikap objektif.³⁵

Jenis penelitian Korelasi yaitu suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih.³⁶ Adanya hubungan dan tingkat variabel

³⁵ Irene Chintya Dewi, “Pengaruh Mengikuti Akun Instagram @aghniapunjabi Terhadap Perubahan Perilaku Gaya Berbusana Followers” Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Prapanca. Hal. 36

³⁶ <https://penelitianilmiah.com/penelitian-korelasional/> diakses pada tanggal 4 Februari 2021.

ini penting, karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti akan dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian korelasi dapat menghasilkan tiga hasil kemungkinan, yaitu korelasi positif, korelasi negatif, dan tidak ada korelasi. Korelasi positif adalah apabila saat kedua variabel berhubungan dengan status yang sama. Apabila variabel yang satu meningkat, maka variabel pada lainnya akan ikut meningkat dan apabila menurun maka yang lain akan ikut menurun. Korelasi negatif yaitu kebalikan dari korelasi positif, apabila ada satu variabel meningkat, maka variabel lainnya akan menurun, dan begitupula sebaliknya. Sementara itu, tidak adanya korelasi yaitu meningkat atau menurunnya suatu variabel tidak memberikan adanya pengaruh apapun pada variabel lainnya.³⁷

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dengan judul Pengaruh Akun Instagram @nusantarafit Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya adalah Mahasiswa Fakultas dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya berlokasi di Jl. Ahmad Yani No. 117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60237.

³⁷ Evita, <https://www.quipper.com/id/blog/tips-trick/school-life/penelitian-korelasional-pengertian-ragam-cara-menulis/#:~:text=Sementara%2C%20korelasional%20berasal%20dari%20kata,antara%20dua%20variabel%20atau%20lebih> diakses pada tanggal 4 Februari 2021.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³⁸ Berdasarkan *pra* survey populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi berjumlah 150 mahasiswa yang menurut peneliti sesuai dengan kriteria.

Berikut adalah kriteria sampel yang akan digunakan oleh peneliti :

- 1) Laki-laki/Perempuan
- 2) Mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya
- 3) Memiliki dan mengikuti akun instagram @nusantarafit
- 4) Pernah atau sering menggunakan pakaian *streetwear*

2. Teknik Sampling

Teknik Sampling yaitu teknik pengambilan sampel. Metode sampling ada dua macam, yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. *Probability Sampling* setiap anggotanya memiliki

³⁸ Dara Agnis Septiyuni, Skripsi, “*Pengaruh Kelompok Teman Sebaya (Peer Group) Terhadap Perilaku Bullying Siswa Di Sekolah*” (Sumedang: Universitas Pendidikan Indonesia) perpustakaan.upi.edu diakses pada 31 Januari 2021

kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Namun pada *Non Probability Sampling* teknik dimana pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang maupun kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample.

Dalam penelitian ini metode *sampling* yang digunakan peneliti adalah *Purposive Sampling* yang merupakan bagian dari *Non Probability Sampling*.

Purposive Sampling menurut Sugiyono adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini penulis melakukan pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Hal ini dilakukan karena keadaan yang sedang pandemi dan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil yang lebih besar dan jauh pada judul pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Sugiyono menjelaskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut dan nilai dari orang, objek, kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti yang kemudian akan di pelajari dan di tarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Maka yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Menurut Sugiyono, variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat.³⁹ Menurut Sugiyono, variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁴⁰

Variabel bebas (X) pada penelitian dengan judul Pengaruh Akun Instagram @nusantarafit Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear* Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya adalah akun instagram @nusantarafit.

2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Menurut Sugiyono, variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁴¹ Variabel terikat dapat disimbolkan dengan huruf “Y” variabel ini memiliki fungsi mempengaruhi pada variabel yang lain (Variabel dependent).⁴²

Variabel terikat (Y) pada penelitian dengan judul Pengaruh Akun Instagram @nusantarafit Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear* Mahasiswa

³⁹ Aini Qurrotullain, Skripsi, “*Penggunaan Metode Preview, Resd, Summarre, Test (PQRST) Dalam Meningkatkan Kemampuan Pada Siswa Tunarungu*” (Sumedang: Universitas Pendidikan Indonesia) perpustakaan.upi.edu diakses pada 31 Januari 2021

⁴⁰ Ibid.,

⁴¹ Ibid.,

⁴² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013) hlm. 10.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya adalah perubahan gaya berpakaian *streetwear*.

3. Indikator Penelitian

Indikator Variabel Penelitian

Variabel X : akun instagram @nusantarafit

Variabel Y : perubahan gaya berpakaian *streetwear*

Variabel X	Indikator
Pengaruh akun Instagram @Nusantarafit	Keterbukaan Informasi
	Adanya interaksi
	menarik minat gaya
	membentuk pandangan terhadap gaya berpakaian <i>streetwear</i>
	Konten <i>fashion</i>

Variabel Y	Indikator
Perubahan gaya berpakaian <i>streetwear</i>	Mengetahui dan mendapatkan informasi gaya berpakaian <i>streetwear</i>
	Mengetahui informasi perpaduan busana yang pas dan sesuai
	Tertarik dengan perpaduan <i>mix and match</i>
	Mengikuti referensi gaya berpakaian <i>streetwear</i>
	Membagikan pengalaman gaya berpakaian <i>streetwear</i>

Sumber : Penulis, 2021

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian

E. Tahap-tahap Penelitian

Arikunto menjelaskan bahwa terdapat langkah dalam suatu proses penelitian. Langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Permasalahan Penelitian

Kegiatan ini dilakukan dengan membuat judul penelitian. Oleh karena itu, judul penelitian harus mampu menggambarkan mengenai apa yang diteliti oleh peneliti.

Permasalahan dari penelitian ini adalah tentang pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Memilih Permasalahan dan Pertanyaan Penelitian

Permasalahan penelitian dapat disebut juga dengan topik penelitian. Sebelum penelitian dilakukan, langkah yang paling awal adalah memilih topik atau masalah penelitian.

Permasalahan penelitian ini yaitu (1) apakah ada pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya? (2) sejauhmana tingkat pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya?

3. Memilih Metode Penelitian yang Akan Digunakan

Pemilihan metode penelitian merupakan tanggung jawab peneliti, namun diharapkan bahwa metode yang dipilih adalah yang paling sesuai untuk menjawab masalah penelitian.

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan judul Pengaruh Akun Media Instagram @nusantarafit Terhadap Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

4. Merumuskan Asumsi dasar (dan Hipotesis dalam Penelitian Kuantitatif)

Arikunto asumsi atau anggapan dasar merupakan hal-hal yang diyakini kebenarannya oleh peneliti dan masyarakat umum.⁴³ Asumsi dasar dalam suatu rancangan penelitian memiliki beberapa fungsi, yakni memperjelas variabel-variabel penelitian, membantu merumuskan hipotesis, sekaligus membantu peneliti memilih subjek penelitian, lokasi penelitian, dan teknik pengumpulan data yang akan digunakan.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian terhadap akun instagram @nusantarafit yang mendukung kegiatan penelitian sehingga mendapat suatu gambaran yang lebih jelas terhadap objek penelitian.

2. Kuisisioner

Kuisisioner bisa juga disebut dengan angket. Kuisisioner ini merupakan alat atau teknik pengumpulan data yang berupa sejumlah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk mengetahui perilaku atau persepsi dari responden. Agar peneliti dapat mengetahui sejumlah informasi yang relevan, peneliti menggunakan metode kuisisioner.

⁴³ Arikunto Suharsimi, "*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*" (Jakarta: Rineka Cipta)

Berikut gambar dari kuisioner tersebut :

Gambar 3.1

Gambar kuisioner



Penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Rachmat Kriyanto Skala likert yaitu setiap pertanyaan ataupun pernyataan akan dihubungkan dengan penelitian ini. Data akan diberi jawaban seperti dukungan ataupun pernyataan perilaku yang akan ditulis seperti sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Adapun bobot dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kategori	Bobot Pernyataan
----------	------------------

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 3.2 Bobot penilaian pernyataan

Peneliti membagikan angket yang telah dibuat atau disiapkan dan dibagikan kepada sampel yang telah ditentukan yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya berupa *link* google form. Angket ini diharapkan dapat memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan oleh peneliti yaitu berupa catatan, buku, majalah, *website* dan lain-lain. Metode ini bertujuan guna mendapatkan informasi yang mendukung untuk jalannya penelitian ini.

G. Teknik Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian

1. Reliabilitas

Dalam teknik untuk menguji reliabilitas yaitu menggunakan teknik uji alpha cronbach. Item reliabilitas diuji dengan cara melihat Koefisien Alpha dengan melakukan reliability. Analisis yang digunakan peneliti yaitu SPSS ver. 25.0 yang kemudian akan dilihat nilai dari alpha cronbach untuk reliabilitas keseluruhan pada satu item.

Dalam pengujian Cronbach Alpha yang dibantu oleh spss versi 25.0, variabel dapat dikatakan reliabel apabila memberikan nilai $(\alpha) > 0,61$ ⁴⁴

Koefisien nilai reliabilitasnya adalah sebagai berikut :

- $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ reliabilitas sangat tinggi
- $0,60 < r_{11} \leq 0,80$ reliabilitas tinggi
- $0,40 < r_{11} \leq 0,60$ reliabilitas sedang
- $0,20 < r_{11} \leq 0,40$ reliabilitas rendah
- $-1,00 < r_{11} \leq 0,20$ reliabilitas sangat rendah

Rumus Alpha Cronbach :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Gambar 3.2 Rumus Alpha Cronbach

⁴⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha

k = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma^2b$ = Jumlah varian butir

σ^2t = Varians total

2. Validitas

Validitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Korelasi Pearson Product Moment. Setiap item yang akan diuji relasinya dengan skor total variabel akan diuji relasinya dengan menggunakan SPSS ver. 25.0.

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* yang dibutuhkan untuk validitas.

Rumus Korelasi Pearson Product Moment :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Gambar 3.3 Rumus Korelasi Pearson Product Moment

Keterangan :

n = banyaknya pasangan data x dan y

$\sum x$ = total dari jumlah variabel X

Σy = total dari jumlah variabel Y

Σx^2 = kuadrat total jumlah dari variabel X

Σy^2 = kuadrat total jumlah dari variabel Y

Σxy = hasil perkalian dari total jumlah dari variabel X dan total jumlah dari variabel Y

Tabel dibawah ini berisikan nama pakar yang dijadikan *expert judgement* dalam penelitian ini :

Tabel 3.3
Daftar expert judgement

Nama	Pakar	Instansi
Dr. Ali Nurdin, S.Ag M.Si	Ilmu Komunikasi	Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

Dari pendapat pakar tersebut dijadikan perbaikan pernyataan untuk instrumen yang akan dibagikan kepada responden. Pernyataan tersebut ada pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.4

Hasil perbaikan expert judgement

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	X	Keterbukaan informasi	Saya mendapatkan informasi dari akun

	Akun Instagram @nusantarafit		instagram @nusantarafit secara terbuka dan transparan
2			Saya sudah memahami informasi yang dibagikan oleh akun instagram @nusantarafit
3		Adanya interaksi	Saya berkomentar pada postingan yang diunggah oleh akun @nusantarafit
4			Akun Instagram @Nusantarafit membalas komentar dan atau pesan langsung
5		Menarik minat gaya	Saya menjadikan postingan @nusantarafit sebagai referensi gaya berpakaian
6			Postingan yang ditampilkan oleh @nusantarafit merubah gaya berpakaian saya
7		Membentuk pandangan terhadap gaya berpakaian <i>streetwear</i>	Postingan yang ditampilkan dapat menambah pengetahuan dan minat mengenai gaya berpakaian <i>streetwear</i> saya
8			Saya mengikuti gaya berpakaian yang

			ditampilkan oleh akun tersebut
9		Konten fashion	Saya mendapatkan berbagai macam gaya berpakaian dari akun @nusantarafit
10			Saya lebih mengenal gaya berpakaian yang sesuai dari konten akun tersebut
11	Y Perubahan Gaya Berpakaian <i>Streetwear</i> Mahasiswa	Mengetahui dan mendapatkan informasi gaya berpakaian <i>streetwear</i>	Pengetahuan tentang referensi gaya berpakaian <i>streetwear</i> saya bertambah
12			Saya mendapatkan informasi gaya berpakaian yang sedang <i>trend</i>
13		Mengetahui informasi perpaduan busana yang pas dan sesuai	Saya mendapatkan informasi tentang perpaduan busana
14			Saya mendapatkan informasi perpaduan busana secara <i>up to date</i>
15		Tertarik dengan perpaduan <i>mix and match</i>	Saya berminat dan mencoba perpaduan <i>mix and match</i>
16			Saya selalu eksplorasi perpaduan <i>mix and match</i>

17		Mengikuti referensi gaya berpakaian <i>streetwear</i>	Saya memakai pakaian berdasarkan referensi akun @Nusantarafit
18			Saya selalu update pakaian <i>Streetwear</i> sesuai postingan @Nusantarafit
19		Membagikan pengalaman gaya berpakaian <i>streetwear</i>	Saya mengajak teman mengikuti referensi gaya berpakaian <i>streetwear</i>
20			Saya membagikan referensi gaya berpakaian <i>streetwear</i> di akun pribadi

Setelah dilakukan pengujian konstruksi dari ahli selesai, dilanjutkan dengan pengujian instrument. Setelah ditabulasikan, pengujian dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 25.0 dengan menggunakan pearson product moment dengan signifikasi 5% atau 0,5. Maka r tabel ditemukan sebesar 0,160.

Dalam pernyataan instrument penelitian dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi atau nilai r hitung lebih besar dari 0,160. Apabila dibawah 0,160 maka pernyataan dikatakan tidak valid.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data memiliki fungsi untuk menguji data-data yang telah didapatkan pada penelitian. Adapun tahap-tahap yang dilakukan oleh peneliti dalam memproses dan menganalisis data sebagai berikut :

1. Editing

Editing merupakan salah satu yang dilakukan oleh peneliti ketika peneliti selesai mendapatkan data yang ada di lapangan. Kegiatan editing diawali dengan memberi identitas kepada instrument yang telah terjawab pada penelitian. Kemudian setelah memberi identitas akan dilanjutkan dengan memeriksa data-data yang telah diperoleh seperti poin-poin dan jawaban yang telah ada.

2. Tabulasi

Tabulasi yaitu bagian akhir yang akan dilakukan peneliti untuk pengolahan data, yaitu dengan cara memasukan data pada tabel-tabel serta angka-angka dan menghitungnya.

Setelah melalui dua tahapan diatas, peneliti memilih menggunakan empat metode dalam pengujiannya, diantaranya uji Normalitas, uji Koefisien Determinasi, uji Pearson Product Moment, dan uji T.

- a. Uji Normalitas, uji normalitas ini dipilih oleh peneliti karena memiliki fungsi untuk mengetahui normal atau tidaknya jawaban yang telah didistribusikan pada suatu variabel yang dianalisis.

Rumus Uji Normalitas :

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)}{E_i}$$

Gambar 3.4 Rumus Uji Normalitas

Keterangan :

X² = Nilai X²

O_i = Nilai observasi

E_i = Nilai expected / harapan, luasan interval kelas berdasarkan tabel normal dikalikan N (total frekuensi) (pi x N)

N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

- b. Uji Koefisien Determinasi (Rsquare), merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh model didalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang didapat dari koefisien determinasi yaitu antara 0 – 1.⁴⁵

Rumus Uji Koefisien Determinasi :

⁴⁵ <https://www.spssstatistik.com/rumus-koefisien-determinasi/> diakses pada tanggal 4 Februari 2021.

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Gambar 3.5 Rumus Uji Koefisien Determinasi

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat

r = Korelasi *Product Moment*

Menurut Sugiyono kriteria untuk analisis uji koefisien determinasi yaitu⁴⁶ :

- Jika Kd mendekati nol (0), pengaruh variabel independen terhadap variabel depend lemah.
 - Jika Kd mendekati satu (1), pengaruh variabel independen terhadap variabel depend kuat.
- c. Uji Pearson Product Moment, yaitu salah satu uji dari beberapa jenis yang memiliki fungsi untuk mengetahui derajat keeratan hubungan dua variabel yang memiliki skala interval ataupun rasio. Dimana uji ini memiliki fungsi akan mengembalikan nilai koefisien korelasi yang memiliki nilai sekitar antara -1, 0 dan 1. Pada nilai dengan angka -1 artinya memiliki korelasi negatif yang

⁴⁶ <https://www.coursehero.com/file/p308blp/Rumus-koefisien-determinasi-adalah-sebagai-berikut-Keterangan-Kd-Koefisien/> diakses pada tanggal 4 Februari 2021

sempurna, 0 tidak adanya korelasi dan angka 1 memiliki arti adanya korelasi positif yang sempurna.

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Gambar 3.6 Rumus Pearson Product Moment

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi r pearson

n : jumlah sampel / observasi

x : variabel bebas / variabel pertama

y : variabel terikat / variabel kedua

Uji Pearson Product Moment dipilih oleh peneliti dikarenakan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh akun Instagram @Nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan Uji Pearson Product Moment dan peneliti menggunakan program SPSS 16.0 for windows.

- d. Uji T atau Signifikasi Individual, adalah proses analisis data secara parsial.⁴⁷ Uji T memiliki tujuan untuk

⁴⁷ [https://tambahpinter.com/uji-f-uji-t/#:~:text=Rumus%20Uji%20T,-Rumusnya%3A&text=df%20\(dk\)%20%3D%20n%2D2](https://tambahpinter.com/uji-f-uji-t/#:~:text=Rumus%20Uji%20T,-Rumusnya%3A&text=df%20(dk)%20%3D%20n%2D2) diakses pada tanggal 10 Maret 2021

melihat sejauh mana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumus Uji T :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Gambar 3.7 Rumus Uji T

Keterangan :

t = nilai signifikan (t hitung) yang nantinya dibandingkan dengan t tabel

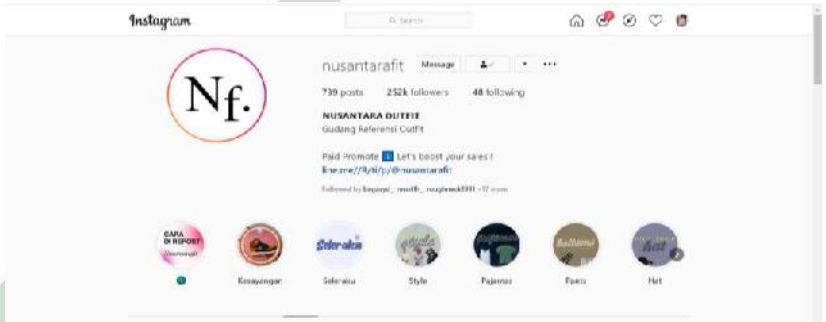
r = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Profil Instagram @nusantarafit

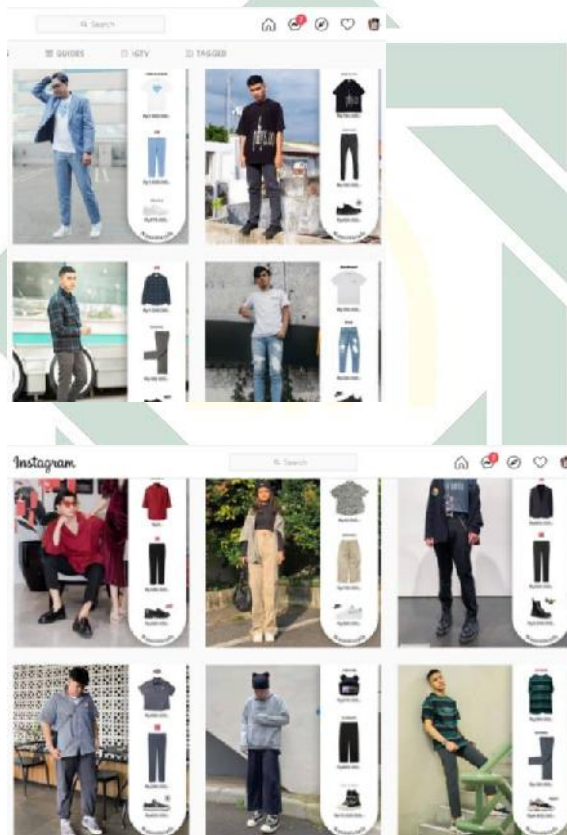


Gambar 4.1 Profil instagram Nusantarafit

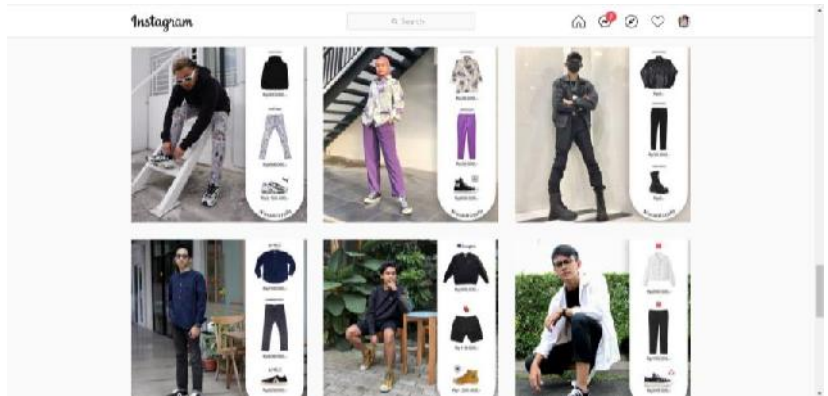
Nusantarafit adalah sebuah akun instagram yang membagikan tentang referensi gaya berpakaian dengan berbagai macam brand dari luar maupun dalam negeri. Bukan hanya membagikan referensi gaya berpakaian untuk *hangout*, namun akun ini juga membagikan gaya berpakaian ketika bersantai di rumah dan ketika menyambut hari raya. Akun instagram nusantarafit ini memiliki followers sebanyak 252 ribu. Kebanyakan dari followersnya adalah mereka yang menyukai tentang gaya berpakaian *hypebeast* atau bisa disebut *streetwear*. Tidak hanya membagikan info tentang *update*-an gaya berpakaian yang sedang trending, akun ini juga memberikan edukasi mengenai cara membedakan antara barang seperti *sneakers* palsu dan original. Selain itu, akun instagram nusantarafit juga memberikan

rekomendasi kepada followersnya tentang produk-produk atau brand lokal seperti sandal, sepatu, baju, topi, dan celana pada highlights akunnya.

b. Referensi Gaya Berpakaian pada Akun Instagram @nusantarafit



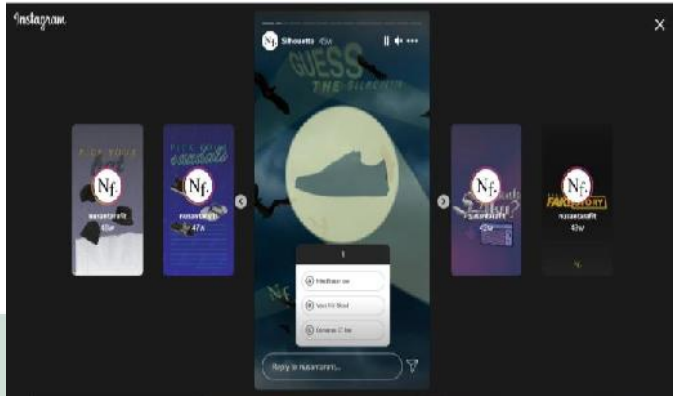
Gambar 4.2



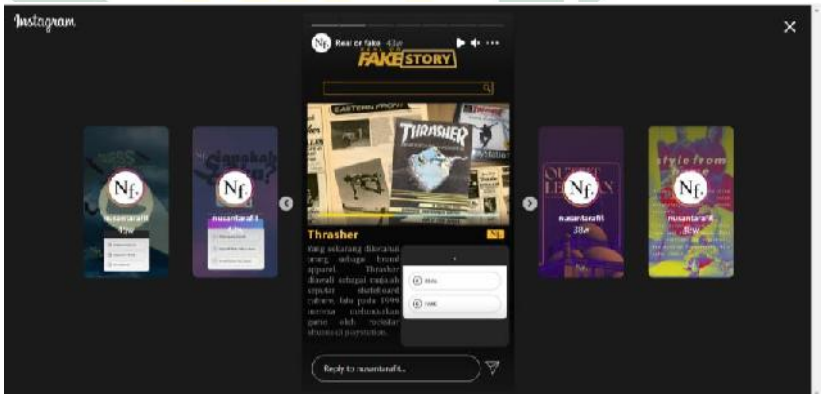
Akun instagram @nusantarafit membagikan berbagai macam referensi gaya berpakaian baik untuk wanita maupun pria pada akunnya. Brand yang digunakan dalam postingannya akan disebutkan hingga dicantumkan harga dari pakaian tersebut. Gambar-gambar tersebut diperoleh dengan cara me-repost dari akun-akun para penggemar gaya berpakaian ala *hypebeast* atau bisa disebut *streetwear* dengan menyantumkan akun @nusantarafit pada postingan mereka. Foto-foto yang di repost oleh akun instagram @nusantarafit tentunya bukan foto yang ala kadarnya, melainkan foto-foto yang mana memiliki angel foto, birghtness, dan resolusi yang sesuai.

c. Konten Akun Instagram @nusantarafit

Selain membagikan konten referensi gaya berpakaian, @nusantarafit juga membagikan konten seperti mini game yang masih berhubungan dengan gaya berpakaian. Contohnya seperti menebak nama sepatu seperti pada gambar :



Bukan hanya itu saja, akun @nusantarafit juga memberikan edukasi kepada para pengikutnya dengan membagikan konten tentang cerita atau sejarah dari tokoh ataupun brand yang dikonsep dengan nama Real or Fake. Berikut gambarnya :



Gambar 4.3

B. Penyajian Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sah atau tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (Correlated item-total correlation) dengan nilai r tabel, jika r hitung $>$ dari r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.1

Validitas Variabel

No. Butir Soal	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	X	0,699	0,160	VALID
2		0,708	0,160	VALID
3		0,587	0,160	VALID
4		0,643	0,160	VALID
5		0,813	0,160	VALID
6		0,775	0,160	VALID

7		0,766	0,160	VALID
8		0,808	0,160	VALID
9		0,761	0,160	VALID
10		0,787	0,160	VALID
11	Y	0,724	0,160	VALID
12		0,736	0,160	VALID
13		0,779	0,160	VALID
14		0,783	0,160	VALID
15		0,803	0,160	VALID
16		0,748	0,160	VALID
17		0,812	0,160	VALID
18		0,749	0,160	VALID
19		0,724	0,160	VALID
20		0,659	0,160	VALID

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas sebagai hasil uji validitas menunjukkan nilai *rhitung* dari indikator variabel Akun Instagram Nusantarafit dan Gaya Berpakaian Streetwewar lebih besar daripada *rtabel*, sehingga dapat disimpulkan semua indikator dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

2. Uji Reliabilitas

Dalam teknik untuk menguji reliabilitas yaitu menggunakan teknik uji alpha cronbach. Item reliabilitas diuji dengan cara melihat Koefisien Alpha dengan melakukan reliability. Analisis yang digunakan peneliti

yaitu SPSS ver. 25.0 yang kemudian akan dilihat nilai dari alpha cronbach untuk reliabilitas keseluruhan pada satu item.

Hasil dari reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach :

Tabel 4.2

Hasil uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.951	20

Dari perhitungan diatas dapat dilihat dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0,951 lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel atau dengan kata lain dapat diterima.

3. Data Umum Responden

Data dari penelitian ini didapatkan melalui penyebaran angket kuisisioner yang dibagikan kepada mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya yang disebarakan melalui google form dengan mengirimkan *link* google form tersebut melalui aplikasi *whatsapp*. Terdapat 350 responden yang mengisi kuisisioner namun peneliti mengambil 150 yang sesuai dengan kriteria.

Berikut adalah uraian data yang didapatkan dari kuisioner tersebut :

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki laki	43	29,0	29,0	29,0
Perempuan	107	71,0	71,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 25.0

Jenis kelamin para responden dibagi menjadi dua jenis, yaitu laki-laki dan perempuan. Pada tabel 4.3 menunjukkan persentase demografi responden berdasarkan dari jenis kelaminnya.

Pada tabel tersebut bisa diketahui dalam penelitian ini sebanyak 43 laki-laki (29%) dan responden perempuan sebanyak 107 (71%).

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya yang mengikuti akun instagram @nusantarafit didominasi oleh perempuan.

b. Semester

Tabel 4.4

Semester yang ditempuh

Semester yang ditempuh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative percent
2	2	1,0	1,0	1,0
4	50	33,0	33,0	35,0
6	45	30,0	30,0	65,0
8	53	35,0	35,0	100,0
	150	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 25.0

Pada tiap enam bulan sekali mahasiswa akan naik ke semester berikutnya, pada semester genap mahasiswa naik sesuai dengan tahun dimulainya perkuliahan yaitu 2, 4, 6, dan 8.

Dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi 1,3% mahasiswa semester dua, 33,3% mahasiswa semester 4, 30% mahasiswa semester 6, dan 35,3% mahasiswa semester 8.

Dari tabel diatas responden yang memiliki jumlah paling banyak yaitu mahasiswa semester 8 dengan total

53 mahasiswa dan paling sedikit mahasiswa semester 2 dengan total 2.

c. Jurusan/Prodi

Tabel 4.5

Jurusan/Prodi responden

Jurusan/Prodi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
BKI	2	1,0	1,0	1,0
ILKOM	121	81,0	81,0	82,0
KPI	18	12,0	12,0	94,0
MD	7	5,0	5,0	99,0
PMI	2	1,0	1,0	100,0
	150	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS versi 25.0

Jurusan/Prodi yang ada pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya ada lima, yaitu Bimbingan Konseling Islam (BK), Ilmu Komunikasi (Ilkom), Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Manajemen Dakwah (MD), dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, responden berasal dari prodi BK terdapat 2 (1%), Ilmu Komunikasi 121

responden (81%), KPI 18 responden (12%), MD 7 responden (5%), dan PMI 2 responden (1%).

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang paling banyak mengisi kuisioner yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi 121 dan paling sedikit mengisi adalah BKI dan PMI 2 responden.

C. Pengujian Hipotesis

Sebelum menghitung data menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25.0, peneliti menjabarkan kembali hipotesis yang sudah dikemukakan pada bab awal. Hipotesis tersebut adalah :

H₀ : Tidak ada pengaruh pada akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

H_a : Adanya pengaruh pada akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Selanjutnya, untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, peneliti menyajikan olahan data antara variabel X dan variabel Y yang didapat dari hasil perolehan data.

Pada pengujian hipotesis peneliti menggunakan empat metode dalam pengujian. Metode tersebut adalah :

1. Uji Normalitas. Peneliti memilih uji ini karena digunakan untuk melihat apakah sebaran data itu berdistribusi normal atau tidak.
2. Uji Pearson Product Moment. Uji ini digunakan untuk melihat derajat hubungan antar dua variabel.
3. Uji Koefisien Determinasi. Uji ini digunakan untuk menjelaskan kemampuan model untuk menerangkan variabel dependen.
4. Uji T. Uji ini digunakan untuk menjawab sementara dalam rumusan masalah.

Setelah menentukan uji-uji yang akan digunakan dan menyajikan data yang telah didapat, tahap selanjutnya adalah melakukan proses perhitungan terhadap data yang telah didapat tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 25.0 for windows.

Berikut adalah hasil output SPSS untuk mengetahui pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya :

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik, Uji Normalitas memiliki

tujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.6
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,78531933
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,052
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS versi 25.

Berdasarkan uji normalitas diatas diketahui nilai signifikansi $0,20 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Pearson Product Moment

Teknik dalam pengujian ini digunakan untuk mencari hubungan serta membuktikan hubungan antara

dua variabel apabila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio.⁴⁸

Nilai pada korelasi (r) antara -1 sampai dengan 1 . Jika $r = -1$ maka hubungan kedua variabel tersebut adalah hubungan linier terbalik sempurna, artinya semakin besar nilai pada X maka semakin kecil nilai pada Y . Apabila nilai $r = 1$ artinya hubungan kedua variabel tersebut adalah hubungan linier sempurna, yang mana semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai pada Y .⁴⁹

Tabel 4.7

Correlations

		XT	YT
XT	Pearson Correlation	1	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	150	150
YT	Pearson Correlation	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	150	150

Sumber: Output SPSS versi 25.0

Dari tabel 4.7 diatas, dari 150 responden nilai signifikasinya adalah 0. Dengan dasar keputusan apabila nilai signifikansi $<0,05$ maka berkorelasi. Maka bisa

⁴⁸ Ibid.,

⁴⁹ Tukiran Taniredjo and Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar* (Bandung: Alfabeta, 2011), 95.

ditarik kesimpulan bahwa adanya korelasi antar akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kemudian nilai pearson pada tabel 4.7 adalah 0,873, maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi positif sebesar 0,873 terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Untuk dapat memberikan penjelasan terhadap koefisien korelasi yang telah ditemukan besar atau kecilnya, maka dapat berpedoman pada ketentuan pada tabel 4.8 dibawah ini :

Tabel 4.8

Pedomen Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi⁵⁰

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Untuk mengetahui berapa tingkat hubungan antara variabel X dan Y maka nilai product moment disamakan dengan pedoman interpretasi. Jika melihat pada tabel 4.7, diketahui nilai pearson product adalah 0,873 maka bisa

⁵⁰ Statistika Untuk Penelitian, 230

dikatakan tingkat hubungan antara variabel X dan Y pada penelitian ini memiliki signifikansi sangat kuat.

3. Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi memiliki fungsi serta digunakan sebagai mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi pada variabel terikat. Nilai koefisien determinasi / R^2 ada pada rentang nilai nol (0) dan satu (1). Apabila nilai pada koefisien determinasi mendekati angka nol (0) maka kemampuan model dalam menerangkan variabel sangat terbatas. Namun, apabila nilai koefisien determinasi pada variabel mendekati satu (1) maka kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat akan semakin kuat.

Tabel 4.9

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.762	.760	3.798

Sumber: Output SPSS versi 25.0

Dari tabel 4.9 diatas besarnya kontribusi Akun Instagram Nusantarafit terhadap Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear* yaitu sebesar 0,762 atau 76,2%. Maka bisa dikatakan kemampuannya dikatakan semakin kuat. Sedangkan sisanya sebesar 23,8% kontribusi oleh faktor-faktor lain yang tidak ditemukan dalam penelitian ini.

4. Uji T/Uji Hipotesis

Uji T adalah uji signifikansi yang memiliki fungsi untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individual menerangkan variabel terikat.⁵¹ Apabila variabel memiliki nilai koefisien korelasi besar maka bisa dikatakan variabel tersebut memiliki pengaruh paling dominan. Apabila hasil nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.437	1.269		4.284	.000
	XT	.860	.040	.873	21.760	.000

Sumber: Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas diperoleh nilai *thitung* sebesar 21,760 dengan derajat kebebasan (df) = n-2. Nilai pada t tabelnya dari (df) = 150-2 adalah 1,655. Maka bisa dikatakan Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel Akun Instagram Nusantarafit (X) terhadap Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear* (Y) dan dapat disimpulkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan

⁵¹<https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1313/BAB%203.pdf?sequence=10&isAllowed=y> diakses pada 11 Maret 2021

terhadap Perubahan Gaya Berpakaian *Streetwear*, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($21,760 > 1,655$).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perspektif Teoretis

Setelah melakukan beberapa uji-uji yang ada maka akan dijabarkan mengenai hasil penelitian yang disebarikan melalui google form kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang sesuai kriteria yang telah ditentukan.

Setelah dilakukan uji pearson product moment dengan bantuan *software* SPSS versi 25.0 maka diketahui bahwa hipotesis kerja (H_a) diterima, sedangkan hipotesis nihil (H_o) ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Berdasarkan pengujian data yang menggunakan Pearson Product Moment, didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,873 maka nilai ini menunjukkan bahwa kedua variabel mempunyai hubungan yang positif dan sangat kuat.

Kontribusi terpaan konten akun instagram @nusantarafit (Variabel X) terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* (Variabel Y) berdasarkan nilai koefisien determinasi adalah sebesar 76,2%. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan gaya berpakaian

streetwear mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya dipengaruhi oleh terpaan konten akun instagram @nusantarafit.

Dengan diterimanya (Ha) maka ada pengaruh terpaan konten akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa FDK UIN Sunan Ampel Surabaya. Sedangkan 23,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Sama dengan teori SOR atau Stimulus-Organism-Respons. Teori ini mengatakan bahwa jika ada suatu stimulus (rangsangan) maka akan timbul suatu respon (efek). Dan didalam penelitian ini stimulus yaitu berupa terpaan konten akun instagram @nusantarafit menimbulkan suatu respon yaitu perubahan gaya berpakaian *streetwear* terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Perspektif Keislaman

Berdasarkan sudut pandang keislaman, apabila suatu media bisa mempengaruhi pola pikir dalam hal memberikan informasi seperti layaknya gaya berpakaian termasuk merupakan suatu hal yang baik apabila informasi gaya berpakaian yang dibagikan baik untuk kalangan. Seperti yang dijelaskan dalam surat :

وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهٖ ۗ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولَى الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ ۗ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا ۝ ٨٣

Artinya :

“Dan apabila sampai kepada mereka suatu berita tentang keamanan ataupun ketakutan, mereka (langsung) menyiarkannya. (Padahal) apabila mereka menyerahkannya kepada Rasul dan Ulil Amri diantara mereka, tentulah orang-orang yang ingin mengetahui kebenarannya (akan dapat) mengetahuinya (secara resmi) dari mereka Ra(sul dan Ulil Amri). Sekiranya bukan karena karunia dan rahmat Allah kepadamu, tentulah kamu mengikuti setan, kecuali sebagian kecil saja (di antara kamu).” (QS. An-Nisa’ 83)⁵²

Postingan referensi gaya berpakaian yang ditampilkan oleh akun instagram @nusantarafit merupakan postingan yang berguna bagi kehidupan sehari-hari kita yaitu membagikan pengetahuan tentang referensi gaya berpakaian.

Ilmu serta referensi gaya berpakaian yang telah dibagikan akan memberikan dampak serta perubahan yang baik pada penerimanya. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dimana suatu akun instagram memiliki pengaruh terhadap perubahan gaya berpakaian terhadap mahasiswa.

Dalam islam, gaya berpakaian merupakan salah satu hal yang penting bagi umat islam. Hal ini dikarenakan apabila

⁵² <https://quran.kemenag.go.id/sura/4/83> diakses pada 11 Maret 2021

seseorang menggunakan pakaian yang baik dan sederhana namun menutupi aurat akan menjadi hal bagus untuknya karena itu perintah Allah sebagaimana dalam surat :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ مَعَكَ كُلَّ مَسْجِدٍ وَكُلِّمًا وَّاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

٣١ - □

Artinya :

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS Al-A’raf 31)⁵³

Berdasarkan surah An-Nisa’ ayat 83 dan Al-A’raf ayat 31 diatas, Islam menganjurkan kita agar bisa menerima informasi dengan hati-hati dan menggunakan pakaian-pakaian yang baik. Sehingga, apabila kita menggunakan pakaian yang sederhana dan menutup aurat kita akan terhindar akan dosa dan hal yang tidak diinginkan.

⁵³ <https://quran.kemenag.go.id/sura/7/31> diakses pada 11 Maret 2021

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya” maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji pearson product moment yang telah dilakukan pada penelitian ini, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,873. Kemudian hasil dari uji pearson product moment tersebut dibandingkan oleh rtabel, dimana rtabel berjumlah 150 responden dengan signifikansi sebesar 5% dan bernilai 0,160. Maka dari hasil tersebut adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,873 > 0,160$) yang mana ini menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adanya pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi sebesar 0,762 (76,2%) maka tingkat pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Sehingga dalam hal ini dengan nilai koefisien determinasi sebesar 76,2% hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengaruh akun instagram @nusantarafit terhadap perubahan gaya berpakaian *streetwear* mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel

Surabaya adalah kuat. Sedangkan 23,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diketahui.

B. Rekomendasi

Adapun rekomendasi yang peneliti berikan sebagai berikut :

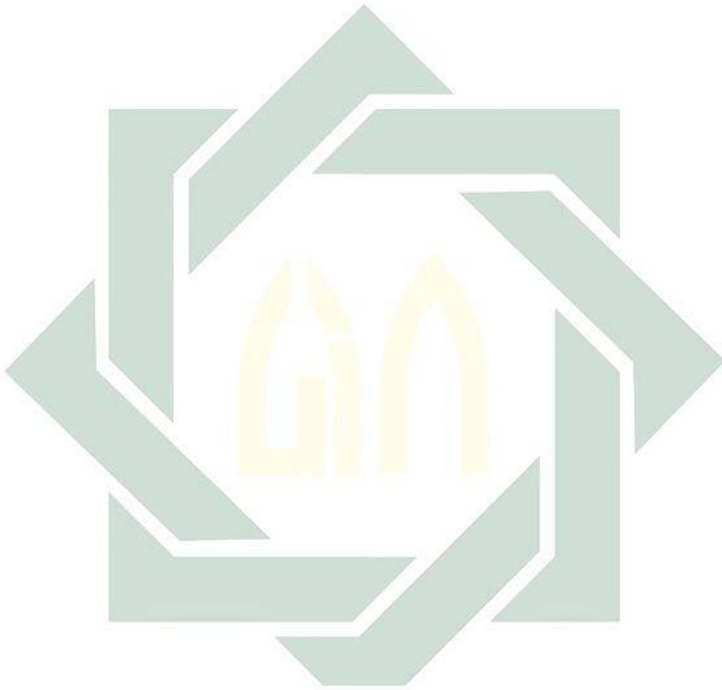
1. Bagi Influencer Bidang Fashion terutama *Streetwear*
Selama ini konten-konten yang dibagikan melalui akun sosial media terutama pada akun instagram @nusantarafit dapat meningkatkan pengetahuan terhadap *followers* atau pengikut tentang gaya berpakaian *streetwear* pada umumnya. Maka dapat diharapkan bagi para influencer di bidang *fashion* terutama *streetwear* dapat membuat konten-konten yang bermanfaat tanpa menyebabkan kerugian ataupun pola pikir yang keliru terhadap para pengikutnya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Diharapkan penelitian yang selanjutnya bisa mengembangkan penelitian ini lebih luas lagi serta mendalam. Peneliti selanjutnya bisa meneliti faktor-faktor lainnya yang berhubungan dengan pengaruh akun instagram.

C. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 150 responden.

2. Persebaran kuisioner yang dilakukan oleh peneliti tidak merata ke semua prodi dan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Hal ini dikarenakan peneliti menyebarkan kuisioner hanya melalui aplikasi *whatsapp* secara personal dan grup.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Amr. *al-Libas wa al-Zinah fi Syari'ati al-Islam*, Beirut: Muassasah alRisalah 1403. Hal. 27-30
- Agustina. Jurnal. “*Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA Negeri 3 Samarinda*”. (Samarinda : Universitas Mulawarman 2016) 412.
- Aini Qurrotullain. Skripsi. “*Penggunaan Metode Preview, Resd, Summarre, Test (PQRST) Dalam Meningkatkan Kemampuan Pada Siswa Tunarungu*”. (Sumedang: Universitas Pendidikan Indonesia) perpustakaan.upi.edu
- Al-Quran Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id/sura/7/26>
- Arikunto Suharsimi. “*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*”. (Jakarta: Rineka Cipta)
- Aris Kurniawan. *Pengertian Nusantara – Konsepsi, Isi Wawasan, Geopolitik, Geostrategi, Hakikat*. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-nusantara/>
- Arman Dhani. *Bagaimana Streetwear Menjadi Barang Mewah*. <https://tirto.id/bagaimana-streetwear-menjadi-barang-mewah-cuSJ>
- Arta Laras Angelina. Skripsi. *Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Generasi Z Di Surabaya*. (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya) digilib.uinsby.ac.id
- Ayu Utami, Journal, *Kilas Balik Sejarah Kehadiran Streetwear yang Kian Melejit*

<https://glitzmedia.co/post/leisure/journal/kilas-balik-sejarah-kehadiran-streetwear-yang-kian-melejit>

- Azhar Basyir. Jurnal. *“Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli : Studi Terhadap Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan”*. (Surabaya : Universitas Negeri Surabaya, 2019)
- Azwar, S. *Penyusun Skala Psikologi*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar 2011)
- Bagus Ade Tegar Pratama. *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian dengan Perilaku Petani Jahe*. (Bali : Nilacakra, 2020), 34.
- Bobby Hundreds. *“This Is Not a T-shirt: A Brand, a Culture, a Community, a Life in Streetwear”* (2019)
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainny) Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005) hlm, 85.
- Dara Agnis Septiyuni. Skripsi. *“Pengaruh Kelompok Teman Sebaya (Peer Group) Terhadap Perilaku Bullying Siswa Di Sekolah”* (Sumedang: Universitas Pendidikan Indonesia) perpustakaan.upi.edu
- Douglas Greenwod. *Dulunya Hanya Digemari Skater Kini Jadi Buruan* ABG Tajir.
https://www.vice.com/id_id/article/yw5gz7/alasan-streetwear-yang-dulunya-cuma-digemari-skater-kini-jadi-buruan-abg-tajir

Evita. *Penelitian Korelasional dan Pengertian Ragam Cara Menulis*. <https://www.quipper.com/id/blog/tips-trick/school-life/penelitian-korelasional-pengertian-ragam-cara-menulis/#:~:text=Sementara%2C%20korelasional%20berasal%20dari%20kata,antara%20dua%20variabel%20atau%20lebih>

Fadel Alief Feisol. Jurnal. *“Streetwear Sebagai Identitas Budaya pada Remaja Pengguna Streetwear di Kota Surabaya”*. (Surabaya : UPN Veteran Jawa Timur 2018)

George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*, (Tangerang: Gemilang, 2016).

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

Irene Chintya Dewi, *“Pengaruh Mengikuti Akun Instagram @aghniapunjabi Terhadap Perubahan Perilaku Gaya Berbusana Followers”* Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Prapanca. Hal. 36

Irfan Fadillah, Skripsi, *“Pengalaman Pengguna Brand Streetwear Studi Fenomenologi Pengguna Brand Streetwear Dikalangan Mahasiswa Jakarta”* (Jakarta : Universitas Pertamina, 2020)

KBBI Daring, <https://kbbi.web.id/fit>

KBBI Daring, <https://kbbi.web.id/nusantara>

KBBI Daring, <https://kbbi.web.id/nusantara>

Laili. *Mengenal Uji F dan Uji T dalam Penelitian Kuantitatif.*

[https://tambahpinter.com/uji-f-uji-](https://tambahpinter.com/uji-f-uji-t/#:~:text=Rumus%20Uji%20T,-)

[t/#:~:text=Rumus%20Uji%20T,-](https://tambahpinter.com/uji-f-uji-t/#:~:text=Rumus%20Uji%20T,-)

[Rumusnya%3A&text=df%20\(dk\)%20%3D%20n%2D2](https://tambahpinter.com/uji-f-uji-t/#:~:text=Rumus%20Uji%20T,-)

Mayan Rejendran. Thesis. *“The Development of Streetwear and The Role of New York City, London, and Supreme NY”.*

(Kanada : Ryerson University, 2012)

Mustafa Iman. *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial.*

[https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/peng-](https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial)

[guna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial](https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial)

Nabilla Ramadhian. *Asal Usul Istilah Nusantara.*

[https://www.kompas.com/skola/read/2020/02/15/080000](https://www.kompas.com/skola/read/2020/02/15/080000369/asal-usul-istilah-nusantara)

[369/asal-usul-istilah-nusantara](https://www.kompas.com/skola/read/2020/02/15/080000369/asal-usul-istilah-nusantara)

Rina Hayati, *Pengertian Penelitian Korelasional, Macam, Ciri, dan Cara Menulisnya*

<https://penelitianilmiah.com/penelitian-korelasional/>

Ritzer George, *“Sociology: Experiencing a Changing Society.”*

(Boston: Allyn & Bancon Inc, 1979)

Statistika Untuk Penelitian. 230

Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS.* (Jakarta:

Prenada Media Group, 2013) hlm. 10.

Tukiran Taniredjo and Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. (Bandung: Alfabeta, 2011), 95.

Vic Stizzi, *“Tactical & Practical Startup Streetwear For The Artist, Athlete & Entrepreneur: Begginer”* (Yummyoda) hal. 1

Yu-Ting Chang, Bo Wu, Wen-Haung Cheng, Kai-Lung Hua, Jurnal, *“Fashion World Map : Understanding Cities Through Streetwear Fashion”* (Taiwan : CSIE National Taiwan University, 2017)

