

**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM  
@NASARIASTRI TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI DALAM  
GAYA BERPAKAIAN WANITA BERHIJAB**

**Latifah**

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

[latifah@upnvj.ac.id](mailto:latifah@upnvj.ac.id)

**ABSTRAK**

Data terkait tingginya jumlah pengguna aktif media sosial Instagram di Indonesia tak terlepas dari alasan khalayak untuk memperoleh informasi dan inspirasi. Kini cukup banyak akun media sosial Instagram yang dimanfaatkan khususnya oleh wanita berhijab untuk mencari inspirasi, karena mereka masih menemukan kesulitan dalam memadupadankan pakaian dalam kehidupan sehari-hari. Astri Ratnasari hadir sebagai salah satu *fashion hijab influencer* yang secara konsisten membagikan inspirasi gaya berpakaianya melalui akun media sosial Instagram-nya @nasariastri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media sosial akun Instagram @nasariastri terhadap kebutuhan informasi dalam gaya berpakaian wanita berhijab. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan oleh Elihu Katz dengan asumsi 5 kebutuhan informasi yaitu: Kebutuhan Kognitif, Kebutuhan Afektif, Kebutuhan Integratif Individu, Kebutuhan Integratif Sosial, dan Kebutuhan *Escapism*. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif serta teknik pengumpulan data melalui kuesioner atau angket yang disebarakan kepada pengikut media sosial akun Instagram @nasariastri dan jumlah sampel hitung sebanyak 100 responden. Secara garis besar, pengemasan serta isi pesan yang dibagikan oleh Astri Ratnasari dapat memenuhi 5 kebutuhan informasi pengikutnya. Sehingga berdasarkan hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan terkait terpaan media sosial akun Instagram @nasariastri terhadap kebutuhan informasi dalam gaya berpakaian wanita berhijab.

**Kata kunci:** Terpaan, Media Sosial, Kebutuhan Informasi, Wanita Berhijab

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA EXPOSURE INSTAGRAM  
ACCOUNT @NASARIASTRI ON THE NEED FOR INFORMATION IN  
FASHION HIJAB STYLE OF WOMEN WEARING THE HIJAB**

**Latifah**

**ABSTRACT**

*Data related to the high number of social media Instagram active users in Indonesia cannot be separated from the audience's reasons for obtaining information and inspiration. There are quite a lot of social media Instagram accounts that are used especially by women who wear hijab to find inspiration nowadays, because they're still find it difficult to mix and match clothes on a daily basis. Astri Rantasari as a fashion hijab influencer who consistently shares her fashion style as an inspiration through her Instagram account, @nasariastri. This study aims to identify how much influence social media exposure has on @nasariastri Instagram account on the need for information in fashion style of women wearing hijab. The study used the Uses and Gratification Theory by Elihu Katz, with 5 assumption of the information needs, that is: Cognitive Needs, Affective Needs, Individual Integrative Needs, Social Integrative Needs, and Escapism Needs. Researchers used a quantitative with explanative analysis method approach and data collection technique through questionnaire which are distributed to @nasariastri's followers with a total sample of 100 respondents. Broadly speaking, the way Astri Ratnasari packed her contents and the message in it can fulfill the 5 of information needs. Based on the research results, researchers draws the conclusion that there is a significant influence related to the social media exposure of the Instagram account @nasariastri on the need for information in fashion style of women wearing hijab.*

**Keywords: Exposure, Social Media, Information Needs, Hijab Women**