

Sumber (Instagram @nasariastri, 2022)

Judul Tugas Akhir Skripsi:

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

Diajukan Untuk Memenuhi Seminar Usulan Proposal Sebagai Syarat Tugas Akhir
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Nama : Latifah

NIM : 1910411202

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dijadikan rujukan telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : LATIFAH

NIM : 1910411202

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 06 Juli 2023

Yang menyatakan,



LATIFAH

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LATIFAH
NIM : 1910411202
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

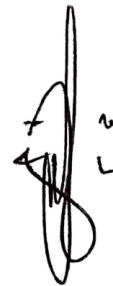
Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkala data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Jakarta, 06 Juli 2023

Yang menyatakan,



LATIFAH

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : LATIFAH
NIM : 1910411202
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL : Pengaruh Terpaan Media Sosial Akun Instagram
@nasariastri Terhadap Kebutuhan Informasi dalam
Gaya Berpakaian Wanita Berhijab

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji 1



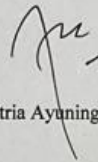
(Munadhil Abdul Muqsith, PhD)

Penguji 2



(Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Fitria Ayuningstyas S.Sos. M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 23 Juni 2023

**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

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan, kemudahan, serta perlindungan kepada peneliti sehingga penelitian dengan judul **Pengaruh Terpaan Media Sosial Akun Instagram @nasariastri Terhadap Kebutuhan Informasi dalam Gaya Berpakaian Wanita Berhijab** dapat diselesaikan sesuai jangka waktu yang telah ditetapkan. Terima kasih kepada yang terutama, orang tua peneliti, Abi Zijad Ali Nahdi dan Mami Hanan yang menjadi alasan utama peneliti semangat menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar pertama peneliti. Tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada Mama Adah, kak Thoriq, Aisyah, Zahirah, Kak Fadilah, dan Ayu atas doa dan dukungannya.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Tentunya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak yang turut andil dalam pembuatan skripsi ini, maupun selama masa perkuliahan peneliti di UPN Veteran Jakarta. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Azwar, SS., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
2. Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu membantu peneliti dengan memberi saran dan kritik secara mendalam. Tiada hentinya peneliti mengucapkan syukur karena telah menjadi salah satu mahasiswa beruntung yang dapat dibimbing penuh oleh beliau.
3. Diri saya sendiri, terima kasih telah mampu kooperatif untuk menyelesaikan segala bentuk tanggung jawab selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini, meskipun dalam keadaan tersulit. Terima kasih telah menjadi pribadi yang ceria dan selalu tersenyum dalam menghadapi apapun, *and as I promised, I'll make you proud. We made it, Peh!*
4. Kak Astri Ratnasari selaku pemilik akun media sosial Instagram @nasariastri, yang sangat membantu peneliti dalam proses pengumpulan data.

5. Kak Aida, Kak Alifa, Hasna Ika, Mara, dan Farica selaku kakak tingkat dan teman-teman angkatan 2019 yang sangat membantu proses pembuatan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, bantuan, serta semangat yang diberikan kepada peneliti.
6. Alya Nabilla Sofia, Higa Askamal, Sisi Salsabil, Zahra Kaltsum, dan Kristin Agustina sebagai teman-teman semasa perkuliahan yang selalu membantu, berbagi canda tawa dan kenangan bagi peneliti.
7. Teman-teman, kakak dan abang dari KSM Fourtyfive Radio tercinta yang sangat mewarnai hari-hari peneliti selama menjadi anggota dan pengurus KSM Fourtyfive Radio. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan kepada peneliti untuk bergabung, belajar dan mengembangkan diri di keluarga biru ini.
8. Ciwis HR, Aulia Salsabila, dan Khadijah Alhamid sebagai sahabat yang sudah peneliti anggap sebagai saudara. Terima kasih selalu hadir dalam keadaan apapun, tidak pernah lelah mendengarkan keluh kesah yang sama dari peneliti, juga selalu berusaha menghibur peneliti di saat titik terendah.
9. Serta teman-teman semasa perkuliahan yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terutama Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019. Terima kasih telah berjuang bersama dan saling membantu selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.

Jakarta, 8 Juni 2023



Latifah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Konsep Penelitian.....	21
2.2.1 Terpaan Media.....	21
2.2.2 Media Sosial.....	21
2.2.3 Instagram.....	23
2.3 Teori Penelitian	24
2.3.1 Teori Uses and Gratification	24
2.4 Kerangka Berpikir	29
2.5 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Objek Penelitian	32
3.1.1 Objek Penelitian	32
3.1.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2 Lokasi Penelitian	35
3.3 Jenis Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36

3.4.1	Uji Validitas	36
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.4.3	Operasional Variabel	41
3.5	Sumber Data.....	43
3.6	Teknik Analisis Data	45
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.2	Uji Korelasi	45
3.6.3	Analisis Regresi.....	46
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi	46
3.6.5	Uji Hipotesis.....	47
3.7	Tabel Rencana Waktu.....	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Analisis Data Deskriptif.....	49
4.1.2	Karakteristik Responden.....	50
4.1.3	Analisis Pernyataan Variabel X: Terpaan Media Sosial Akun <i>Instagram @nasariastri</i>	51
4.1.4	Analisis Pernyataan Variabel Y: Kebutuhan Informasi dalam Gaya Berpakaian Wanita Berhijab.....	72
4.1.5	Analisis Data Inferensial.....	83
4.1.6	Uji Analisis Klasik.....	83
4.1.7	Analisis Hasil Uji Korelasi	84
4.1.8	Uji Analisis Regresi Linier	86
4.1.9	Uji Koefisien Determinasi	87
4.1.10	Uji Hipotesis.....	88
4.2	Pembahasan Penelitian	92
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1	Simpulan	102
5.2	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir	29
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas X Pretest.....	37
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Y Pretest.....	38
Tabel 3. 3 Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Cronbach's Alpha	40
Tabel 3. 4 Tabel Operasional Variabel X.....	42
Tabel 3. 5 Tabel Operasional Variabel Y.....	42
Tabel 3. 6 Nilai Skala Likert	44
Tabel 3. 7 Interpretasi Koefisien Nilai.....	46
Tabel 3. 8 Tabel Rencana Waktu.....	48
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	50
Tabel 4. 2 <i>Context</i> (Penggunaan Bahasa) Pernyataan 1	51
Tabel 4. 3 <i>Context</i> (Penggunaan Bahasa) Pernyataan 2	52
Tabel 4. 4 <i>Context</i> (Penggunaan Bahasa) Pernyataan 3	53
Tabel 4. 5 <i>Context</i> (Isi Pesan) Pernyataan 4.....	54
Tabel 4. 6 <i>Context</i> (Isi Pesan) Pernyataan 5.....	55
Tabel 4. 7 <i>Context</i> (Pengemasan Pesan Secara Keseluruhan) Pernyataan 6.....	56
Tabel 4. 8 <i>Context</i> (Pengemasan Pesan Secara Keseluruhan) Pernyataan 7.....	56
Tabel 4. 9 <i>Communications</i> (Mendengar/Membaca) Pernyataan 8.....	57
Tabel 4. 10 <i>Communications</i> (Mendengar/Membaca) Pernyataan 9.....	58
Tabel 4. 11 <i>Communications</i> (Mendengar/Membaca) Pernyataan 10.....	59
Tabel 4. 12 <i>Collaborations</i> (Efektif) Pernyataan 11.....	60
Tabel 4. 13 <i>Collaborations</i> (Efektif) Pernyataan 12.....	61
Tabel 4. 14 <i>Collaborations</i> (Efektif) Pernyataan 13.....	62
Tabel 4. 15 <i>Collaborations</i> (Efektif) Pernyataan 14.....	63
Tabel 4. 16 <i>Collaborations</i> (Efisien) Pernyataan 15	64
Tabel 4. 17 <i>Collaborations</i> (Efisien) Pernyataan 16	65
Tabel 4. 18 <i>Connection</i> (Bersifat Berkelanjutan) Pernyataan 17	66
Tabel 4. 19 <i>Connection</i> (Bersifat Berkelanjutan) Pernyataan 18	67
Tabel 4. 20 <i>Connection</i> (Bersifat Berkelanjutan) Pernyataan 19	68

Tabel 4. 21 <i>Connection</i> (Lebih Dekat) Pernyataan 20.....	70
Tabel 4. 22 <i>Connection</i> (Lebih Dekat) Pernyataan 21.....	70
Tabel 4. 23 <i>Connection</i> (Lebih Dekat) Pernyataan 22.....	71
Tabel 4. 24 Keperluan Kognitif (Memenuhi Rasa ingin Tahu) Pernyataan 1.....	73
Tabel 4. 25 Keperluan Kognitif (Memenuhi Rasa ingin Tahu) Pernyataan 2.....	74
Tabel 4. 26 Keperluan Kognitif (Menambah Pengetahuan) Pernyataan 3.....	74
Tabel 4. 27 Keperluan Kognitif (Menambah Pengetahuan) Pernyataan 4.....	75
Tabel 4. 28 Keperluan Afektif (Memenuhi Kebutuhan Estetika) Pernyataan 5....	76
Tabel 4. 29 Keperluan Afektif (Mendorong Motivasi) Pernyataan 6.....	77
Tabel 4. 30 Keperluan Afektif (Mendorong Motivasi) Pernyataan 7.....	77
Tabel 4. 31 Keperluan Integratif Individu (Mencapai <i>Self-esteem</i>) Pernyataan 8	78
Tabel 4. 32 Keperluan Integratif Individu (<i>Mencapai Self-esteem</i>) Pernyataan 9	79
Tabel 4. 33 Keperluan Integratif Sosial (Meningkatkan hubungan dengan teman) Pernyataan 10	80
Tabel 4. 34 Keperluan Integratif Sosial (Meningkatkan hubungan dengan Lingkungan Sekitar) Pernyataan 11.....	81
Tabel 4. 35 Keperluan <i>Escapism</i> (Hiburan) Pernyataan 12	81
Tabel 4. 36 Keperluan <i>Escapism</i> (Hiburan) Pernyataan 13	82
Tabel 4. 37 Uji Normalitas	84
Tabel 4. 38 Nilai Pedoman Koefisien Korelasi	85
Tabel 4. 39 Hasil Uji Korelasi.....	85
Tabel 4. 40 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	86
Tabel 4. 41 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4. 42 Hasil Uji Hipotesis Kebutuhan Kognitif.....	89
Tabel 4. 43 Hasil Uji Hipotesis Kebutuhan Afektif	90
Tabel 4. 44 Hasil Uji Hipotesis Kebutuhan Integratif Individu	91
Tabel 4. 45 Hasil Uji Hipotesis Kebutuhan Integratif Sosial	91
Tabel 4. 46 Hasil Uji Hipotesis Kebutuhan <i>Escapism</i>	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Riset NapoleonCat mengenai penggunaan media sosial Instagram, Agustus 2022	2
Gambar 2. Pangsa Pasar Influencer Marketing di Dunia	4
Gambar 3. Engagement Rate Akun Media Sosial Instagram @nasariastri.....	7
Gambar 4. Kompetisi Hijab Look 2018 yang diikuti oleh @nasariastri.....	9
Gambar 5. Instagram @nasariastri	9

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	109
Lampiran 2 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	110
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	111
Lampiran 4 Kuisisioner Penelitian	112
Lampiran 5 Data Variable X	118
Lampiran 6 Data Variable Y	119
Lampiran 7 Hasil Analisis Uji	119
Lampiran 8 Hasil Cek Turnitin.....	126
Lampiran 9 Sertifikat	127
Lampiran 12 Riwayat Hidup	129