BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap program di media televisi memiliki ragam jenis tayangan, salah satunya adalah tayangan Program Religi islami. Di mana indonesia sendiri memiliki mayoritas penduduk yang beragama islam itu artinya tidak menutup kemungkinan hal ini yang mendasari media televisi membentuk program religi islami sebagai sasaran utama agar di lirik oleh masyarakat. Baik itu sebagai hiburan atau pun sebagai kebutuhan untuk menambah pengetahuan dalam agama "islam".

Tayangan Religi Islam adalah salah satu tayangan program televisi yang bernuansa syiar islam (Yuliarti, *Jurnal Komunikasi*, No. 2, April 2011:112). Dari sekian banyak acara religi islam yang ditayangkan di Indonesia ada beberapa yang menjadi tontonan masyarakat dan sampai sekarang masih tetap bertahan. Misalnya Mamah dan Aa, acara ini ditayangkan di salah satu stasiun televisi swasta yakni indosiar. Dengan mamah Dedeh sebagai narasumber Abdel sebagai pembawa acara atau pemandu acara, acara Mama dan Aa ditayangkan pada pagi hari. Masyarakat tetap memilih acara tersebut tentu memiliki beragam alasan bisa jadi sebagai acara hiburan, menambah ilmu dan penyejuk iman. Isi acaranya menghadirkan beragam tausiyah terutama untuk kaum hawa mengingat sang narasumber adalah seorang ustadzah.

Ada pula acara religi islami di televisi yakni Islam Itu Indah, acara ini di tayangkan di TransTV pada pagi hari. "Alhamdu? Lillah…" merupakan jargon dari ustad Maulana sebagai narasumber acara tersebut sehingga jargon ini lah yang menjadi nilai tambah bagi acara Islam Itu Indah. Acara tausyah islam itu indah dapat di nikmati dan populer oleh audiens berkat pembawaan sang ustad maupun pembawa acara yang tak hanya pandai dalam membawakan berita serta memberikan tausyah namun juga sering tampil lucu dan menghibur para penonton.

Jika acara religi islami sebelumnya lebih banyak menampilkan sisi tausyahnya, Maka saat ini sudah ada tayangan acara religi yang lebih modern namun tidak menghilangkan sisi keagamaanya. Yakni, Assalamualaikum Cantik adalah sebuah program televisi religi yang khusus membahas "Gaya Berpakian Muslimah Trendi" yang tayangkan di TransTv. Program ini bertipe *magazine informative* dunia islami dibalut liputan ringan yang mengungkap kebutuhan kaum hawa akan pencerahan, pedoman islami dan gaya berpakian bagi kehidupan pribadi dan sosialnya. Assalamualaikum Cantik dipandu oleh pembawa acara Yuki Kato dan terkadang berubah dengan beberapa pembawa acara lainnya.

Program ini juga terbagi dalam beberapa segmen yaitu Tanya pak Ustad, boleh ngga sih? Pro *Currents Issue*, Tips Islami untuk para wanita, tutorial hijab, *life style/fashion dan do it your self*. Jadwal tayang Assalamualikum Cantik di Transtv setiap hari selasa, Pukul 07.00 WIB namun berubah jam tayang menjadi jam 09.30 WIB.[1]

Assalamualaikum Cantik merupakan program terbaru yang ditayangkan di TransTv beberapa bulan yang lalu. Program Assalamualaikum Cantik termasuk kedalam jenis program religi islami dimana dari kontennya ada segmen tanya jawab kepada ustad mengenai dunia agama islam, ada pula menampilkan dunia *fashion* dikalangan muslimah *trendi*, dan tayangan Assalamualaikum Cantik ditunjukan kepada kaum hawa. Walaupun tayangan ini termasuk kategori baru namun sudah banyak yang melirik tayangan ini sebagai sebuah tontonan, hiburan, pengetahuan baru, bahkan sebagai panduan kaum hawa untuk merubah gaya berpakaian pada kehidupan sehari-hari.

Bahwa wanita islam harus mengenakan pakaian sesuai dengan syariat islam. Pakaian yang sesuai syariat islam yakni pakaian yang harus menutup aurat wanita yaitu seluruh tubuh kecuali muka dan telapak tangan. Apakah harus berbentuk sarung terusan atau baju kurungan atau pun terpisah antara atasan, bawahan dan kerudung, hal ini dikembalikan lagi kepada pilihan individu sesuai kepercayaan mereka pada dasarnya harus menutupi aurat. Allah SWT berfirman:

[1] Assalamualaikum Cantik Trans TV."
http://acaraterbaru.com/tv/assalamualaikum-cantik-trans-tv (Akses, 14 april 2015)

"hai nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-isri orang-orang beriman, hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya keseluruh tubuh mereka" (QS AL-Ahzaab 27). Ada pun tata cara berpakaian muslimah yang telah di jelaskan diatas tentunya ada perbedaan style (gaya berpakaian) yang dikenakan para wanita muslimah saat ini (*trendi).*

Gaya berpakaian (*fashion*) muslimah "Trendi" tidak menutup kemungkinan memiliki perubahan dengan mengikuti perkembangan trend dimasyarakat, agar tidak terlihat kaku dan monoton.[2]. *Fashion* tentunya sudah menjadi hal yang biasa dikalangan masyarakat khususnya kaum hawa guna untuk menunjukan sebuah penampilan yang berbeda, fashion juga sering dikatakan sebagai sarana berkomunikasi. Trend *fashion* terlihat sudah mulai mendominasi misalnya dikalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia (*muslimah)* yang banyak mengenakan *blouse*, semi *sweater, denim, varsity jacket, skin jeans*, dan hijab ala *street fashion*. Kebanyakan wanita muslimah tidak memperhatikan bagaiman cara berpakaian yang baik sesuai dengan ajaran islam dan bisa saja dengan adanya perubahan gaya berpakaian tersebut di pengaruhi oleh media.

Penggunaan pakaian muslimah. gaya hidup (berpakaian) akan menimbulkan perubahan sebuah sikap dari penikmat program religi islami khususnya Assalamualaikum Cantik. Tidak dipungkiri bahwa dengan adanya pengaruh terpaan program tersebut maka sikap yang ingin di lihat adalah bagaiman *audiens*/penonton menyikapi sebuah program tersebut terhadap gaya berpakaian dalam kehidupan sehari-hari.

> *"sikap adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku"* Menurut Allport (seperti dikutip Setiadi, 2003:214)

Kutipan diatas mempertegaskan bahwa sebuah sikap seseorang akan dipengaruhi apa yang mereka lihat dan melalui pengalaman. Contohnya ketika

[2]Septiani Helen. " *Pengertian Fashion dan Perkembangan Fashion di Indonesia."* http://helenaseptiani20.blogspot.com/2012/10/pengertianfashiondanperkembangan.html?m=1 (Akses, 16 april 2015)

ada artis mengenakan busana muslim di dalam program Assalamualaikum Cantik lalu ada rasa ketertarikan dari penonton terhadap pakaian yang dikenakan artis tersebut bahkan bisa jadi sikap *audiens* tersebut akan berubah gaya berpakaian sama persis dengan apa yang mereka lihat pada program tersebut.

Mahasiswi merupakan salah satu konsumen media televisi khususnya program acara yang bersegmen gaya hidup (pakaian) yang populasinya besar, dengan berjumlah besar, heterogen dan mahasiswi Universitas Islam Indonesia bukanlah penonton pasif sehingga layak menjadi target sasaran.

Pada kenyataanya menunjukan bahwa banyak mahasiswi muslimah khususnya ada pada perguruan tinggi islam di kota Yogyakarta (terkecuali UII) yang menunjukan busana muslimah dengan berbagai gaya dan mode. Di iringi dengan usia yang masih muda tentu hal ini ingin menunjukan eksistensinya dengan segala *fashion* yang sedang trend, mengkombinasikan atau memadu padankan model-model pakaian yang berkembang dan booming di masyarakat atau pun di kalangannya.

Pemilihan lokasi di kampus UII, dikarenakan dikampus tersebut sudah ditetapkan sebagai kampus islami dan adanya peraturan tertulis dan terpampang secara jelas mengenai kriteria busana yang semestinya dikenakan oleh mahasiswa dan mahasiswinya. Namun, disisi lain khususnya mahasiswi masih terlihat mengenakan busana muslim yang trendi, modis namun belum sesuai dengan peraturan yang ada. Secara khusus penulis memilih Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya (FPSB) karena menurut pengamatan melihat bahwa perkembangan *fashion* dikalangan mahasiswi telah terlihat dari perubahan sikap dan gaya berpakaian yang dikenakan.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis ini tertarik untuk melakukan penelitian atas Pengaruh Intensitas Menonton Program Religi Islami "Assalamualikum Cantik" dan Sikap Berpakian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi Pada Kalangan Mahasiswi Univeritas Islam Indonesia

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi Islam“Assalamualaikum Cantik“ di TransTV Terhadap Gaya berpakaian Pada Kalangan Mahasisiwi Universitas Islam Indonesia ?
2. Bagaimana Pengaruh Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia?
3. Bagaimana Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi Islam “Assalamualaikum Cantik” di TransTV dan Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi Islam “Assalamualaikum Cantik“ di TransTV Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia
- Untuk mengetahui Pengaruh Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia
- Untuk mengetahui Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi Islam “Assalamualaikum Cantik” di TransTV dan Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi di Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

- Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pembelajaran mengenai tayangan program religi islam di media televisi terhadap sikap gaya berpakaian muslimah trendi bagi mahasiwa/i

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan atau referensi, pemikiran, bagi penelitian selanjutnya (mahasiswa, akademisi) dalam penelitian yang sejenis mengenai pengaruh media televisi.

b. Manfaat praktis

- Penelitian ini mengharapkan menjadi wadah informasi bagi kaum muslim agar lebih pintar memahami program religi islam dalam gaya berpakaian muslim
- Penelitian ini diharapkan agar masyarakat khusunya perempuan muslim tidak menerima mentah-mentah informasi yang ditayangkan program "Religi" di media televisi.

E. Tinjauan Pustaka

Program religi islam "Assalamualaikum Cantik" merupakan salah satu tayangan yang besar kemungkinan memiliki pengaruh pada khalayak, maka dari itu yang ingin dilakukan lebih mendalam dengan melihat serta membandingkan dari beberapa literatur pengaruh sebuah media dalam kehidupan khalayak/masyarakat.

1. Penelitian terdahulu

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya tema yang hampir sama, diantaranya sebagai berikut :

a. Penelitian Pertama, Penelitian dilakukan oelh Sudjiwanati (2013) dengan judul "Motivasi Berjilbab Pada Gaya Hidup Anak Remaja Islami". Tujuan penelitian ini ingin mengetahui Pengaruh Motivasi Berjilbab Terhadap Gaya Hidup Anak Remaja Islami. Rancangan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif korelasional antara dua variabel dengan menggunakan metode penghitungan statistik tertentu.

Hasil penelitian pengaruh berjilbab pada gaya hidup anak remaja di SMK Wisnuwardhana Malang menunjukan pengaruh yang siginifikan pada hipotesis pertama menunjukan variabel motivasi memakai jilbab didapatkan sebesar 6.006 dengan signifikan sebesar 0,000. Hasil hipotesis yang kedua yang ditemukan bahwa semakin tinggi motivasi memiliki jilbab akan dampak pada peningkatan

gaya berpakaian remaja dan sebaliknya semakin rendah motivasi memakai jilbab akan berdampak pada penurunan gaya hidup remaja. Hasil dari nilai R square menunjukan nilai besar 0.563 atau 53.3%. Artinya bahwa variabel Y yaitu Gaya Berpakaian 56.3% oleh motivasi memakai jilbab sedangkan 43.7 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel bebas tersebut.

b. Penelitian Kedua, Penelitian Muhammad Noor Arief (2015) dengan judul "Pengaruh Terpaan Media Televisi dan Komunikasi Peer Group Tehadap Minat Berhijab Gaya Dewi Sandra Pada Mahasiswa DIII FE UII Yogyakarta". Tujuan penelitian ini ingin mengkaji pengaruh terpaan media televisi tentang gaya berhijab Dewi Sandra terhadap minat berjilbab pada mahasiswa DIII FE UII Yogyakarta dan Mengkaji Pengaruh Komunikasi Peer Group Tentang Gaya Berjilbab Dewi Sandra Terhadap Minat Berjilbab pada Mahasiswa DIII FE UII Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan survei yakni pengamatan dan penyelidikan secara kritis untuk mendapatkan keterangan yang tepat terhadap suatu persoalan dan objek tertentu.

Hasil penelitian pengaruh terpaan media televisi dan komunikasi peer group terhadap minat berjilbab gaya Dewi Sandra pada mahasiswa DIII FE UII Yogyakarta. Menunjukan hipotesis pertama pengujian pengaruh variabel terpaan media televisi gaya berhijab Dewi Sandra (X1) terhadap variabel minat berhijab (Y), berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai probabilitas 0,007 level of significant=0,05, maka disimpulkan bahwa variabel terpaan media televisi gaya berhijab dewi Sandra Berpengaruh signifikan terhadap minat berhijab. Kedua, pengujian pengaruh variabel komunikasi peer group (X2) terhadap variabel minat berhijab (Y), berdasarkan olah data diperoleh nilai probabilitas 0,000 level of significant = 0,05, maka disimpulkan bahwa variabel komunikasi *peer group* berpengaruh signifikan terhadap minat berhijab. Kesimpulan, pengujian hipotesis secara bersama-sama pengaruh variabel terpaan media televisi gaya berhijab Dewi Sandra (X1) dan komunikasi peer group (X2) secara bersama-sama terhadap variabel minat berhijab (y). Disimpulkan bahwa variabel terpaan media televisi

gaya berhijab Dewi Sandra dan komunikasi *peer group* berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat berhijab.

c. Penelitian Ketiga, Penelitian selanjutnya yang di susun oleh Saiful Al Farisin Hasibuan (2015) dengan judul "Pengaruh Menonton Model Jilbab Dalam Iklan Kosmetik Muslimah Wardah Terhadap Perilaku Memakai Jilbab Mahasiswi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah Pengaruh Antara Melihat Model Jilbab dalam Iklan Kosmetik Muslimah Wardah Terhadap Perilaku Memakai Jilbab Mahasiwi Jurusan Akutansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh model jilbab dan iklan kosmetik muslimah wardah mempengaruhi perilaku memakai jilbab mahasiswi jurusan akutansi fakultas ekonomi universitas ahmad dahlan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survei eksplanatif yaitu survei yang digunakan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) populasi yang sedang diteliti.

   Hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara menonton model jilbab dalam iklan kosmetik muslimah wardah terhadap perilaku memakai jilbab mahasiswi Jurusan Akutansi Fakultas Ekonomi UAD Yogyakarta yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas atau sig. (2-tailed) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 sesuai dengan kreteria bahwasannya hipotesis diterima. Dan semakin tinggi kualitas menonton mahasiswi maka semakain tinggi kemungkinan perubahan perilaku memakai jilbab mahasiswi. Hal ini ditandai oleh koefisien koerelasi nilai menonton dengan nilai perilaku sebesar 0,576 bertanda positif.

d. Penelitian Keempat, Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Gina Astrila (2014) dengan judul Pengaruh "Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pada Produk Kosmetik (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswi UII Yogyakarata pada Produk Kosmetik Wardah)". Penelitian ini menggunakan penelitian bersifat kuantitatif

dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah koesioner bentuk koesionernya tertutup.

Hasil dari penelitian ini dilakukan dengan metode survei. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang pesan label halal kosmetik wardah terhadap tingkat kepercayaan mahasiswi UII Yogyakarta pada produk kosmetik wardah. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa tingkat pengetahuan berpengaruh positif signifikan tingkat kepercayaan karena nilai signifikasinya uji t (sig.) < 0,05. Besar pengaruh pengetahuan terhadap kepercayaan sebesar 16,7%. Kesimpulan penelitian ini menujukan bahwa ada pengaruh antara tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan.

e. Penelitian Kelima, Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Putri Hariyanti Wulandari (2012), dengan judul "Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Sinetron Remaja "Go Go Girls" TransTV Terhadap Gaya Bicara dan Gaya Berpakaian Sisiwi SMA". Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal.

Hasil dari penelitian ini adalah memliki tujuan pertama, pengaruh menonton intensitas tayangan sinetron remaja "go go girls" trans tv terhadap gaya berbicara siswi SMA gama Yogyakarta dan siswi SMA bhineka tunggal ika Yogyakarta. Kedua, pengaruh menonton intensitas tayangan sinteron remaja "*go go girls*" trans tv terhadap gaya berpakaian siswi SMA gama Yogyakarta dan siswi SMA bhineka tunggal ika Yogyakarta. Kesimpulan dari hasil penelitian ini terdapat Pengaruh antara Intenistas Menonton Tayangan Sinetron *Go Go Grils* Terhadap Gaya Berbicara Siswi SMA gama dan SMA Bhineka Tunggal Ika Yogyakarta. Ha ini didasarkan pada hasil penelitian menggunakan program SPSS, dengan alat uji T untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas (x) terhadap variable terikat (YI). Didapatkan t terhitung sebesar 6,962 dan t tabel sebesar 1,9853, ini berarti bahwa t hitung t tabel (6,962.1,9853), maka Ha diterima dan menolak Ho.

Lalu, terdapat Pengaruh antara Intensitas Menonton Tayangan Sinteron *Go Go Grils* Terhadap Gaya Berpakaian Siswi SMA Gama dan SMA Bhineka

Tunggal Ika Yogyakarta, artinya sisiwi-siswi yang sering menonton tayangan sinteron *go go grils* semakin memiliki gaya berpakaian yang meniru gaya berpakaian pada sintron tersebut. dengan alat uji T untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terkait (Y1), didapatkan t hitung sebesar 6.194 dan t tabel sebesar 1,9853, ini berarti bahwa t hitung . t tabel (6,194.1,9883), maka Ha diterima dan Menolak Ho.

Tabel 1.1

Matriks Perbandingan Kajian Pustaka

No	Nama Peneliti dan Judul Peneliti	Metode dan Teori yang Digunakan	Hasil atau Kesimpulan	Perbedaan Dengan Penelitian yang akan diteliti
1	Sudjiwanati, Motivasi Berjilbab Pada Gaya Hidup Anak Remaja Islami. 2013/Jurnal	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif korelasional antara dua variabel dengan menggunakan metode penghitungan statistik tertentu	Semakin tinggi motivasi memiliki jilbab akan dampak pada peningkatan gaya berpakaian remaja dan sebaliknya semakin rendah motivasi memakai jilbab akan berdampak pada penurunan gaya hidup remaja	Objek penelitian, metode penelitian dan landasan teori.

2	Muhammad Noor Arief, Pengaruh Terpaan Media Televisi dan Komunikasi PeerGroup Tehadap Minat Berhijab Gaya Dewi Sandra Pada "Mahasiswa DIII FE UII Yogyakarta". 2015/Skirpsi	Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan survey	Bersama-sama terhadap variabel minat berhijab (y). disimpulkan bahwa variabel terpaan media televisi gaya berhijab dewi Sandra dan komunikasi peer group berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat berhijab.	Objek penelitian, landasan teori
3	Saiful Al Farisin Hasibuan, Pengaruh Menonton Model Jilbab Dalam Iklan Kosmetik Muslimah Wardah Terhadap Perilaku Memakai Jilbab Mahasiwi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.	Pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survey eksplanatif	Semakin tinggi kualitas menonton mahasiswi maka semakain tinggi kemungkinan perubahan perilaku memakai jilbab mahasiwi	Metode penelitian, objek penelitian dan landasan teori

	2015/Skripsi Tesis			
4	Gina Astrila, Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pada Produk Kosmetik (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswi UII Yogyakarata pada Produk Kosmetik Wardah). 2014/Skirpsi	Metode penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data	Penelitian ini menujukan bahwa ada pengaruh antara tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan	Objek penelitian, landasan teori
5	Putri Hariyanti Wulandari, Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Sinetron Remaja "Go Go Girls" TransTV Terhadap Gaya	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal.	pengaruh antara intensitas menonton tayangan sinteron go go grils terhadap gaya berpakaian siswi sma gama dan sma bhnikea	Objek penelitian, landasan teori

	Bicara dan Gaya Berpakaian Siswi SMA Swasta Yogyakarta. 2014/Skirpsi		tunggal ika Yogyakarta, artinya siswi-siswi yang sering menonton tayangan sinteron go go grils semakin memiliki gaya berpakaian yang meniru gaya berpakaian pada sintron tersebut (Ha diterima dan menolak Ho) terdapat pengaruh antara intenistas menonton tayangan sinetron go go grils terhadap gaya berbicara siswi sma gama dan sma bhineka tunggal ika Yogyakarta (Ha diterima dan Menolak Ho	

2. Kerangka Teori

a. Televisi

Kedekatan media televisi terhadap masyarakat sejak dahulu hingga sekarang sudah semakin erat, alasanya dengan adanya televisi kita dapat dengan cepat mendapatkan kabar dari manapun, informasi dalam segi apa pun sesuai dengan kebutuhan diri kita sendiri. Tidak hanya itu media televisi tentunya berbeda dengan media sebelumnya seperti Radio, surat kabar dan internet pasalnya fasilitas audio dan visual yang dimiliki oleh perangkat televisi membuat masyarakat merasa dimudahkan dalam menerima dan mencari informasi.

Di setiap stasiun televisi akan berlomba-lomba untuk menampilkan tayangan-tayangan yang semenarik mungkin untuk menarik perhatian masyarakat. jika tayangan yang ditampilkan di media televisi maka seseorang bisa duduk berjam-jam menyaksikan tayangan yang digemarinya lebih banyak menghabiskan waktu dibandingkan bekerja, belajar, bahkan untuk berkumpul bersama keluarga.

Siaran televisi sangat komunikatif dalam memberikan pesan-pesanya. Oleh karena itu tidak heran jika masyarakat rela menghabiskan waktunya hanya untuk menonton. Karena itulah televisi bermanfaat sebagai upaya pembentukan perilaku dan sekaligus perubahan pola berpikir.

Ada pun penjelasan diatas untuk menegaskan lagi bahwa ada fungsi media massa tentunya, menurut seorang ahli komunikasi Hanold D. Laswell melihat fungsi utama media massa sebagai:

- *The survelliance of the environment*. Artinya, media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan atau dalam bahasa sederhana sebagai pemberi informasi tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan pengelihatan kepada masyarakat luas.
- *The correlation of the pars of society in in responding to the enivirorment.* Artinya media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi dari informasi. Dalam hal ini peranan media massa adalah melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan pantas untuk disiarkan. Pemilihan dilakukan oleh editor, reporter, redaktur yang mengelola media massa.

- *The transmission of the social heritage from on generation to the next.* Artinya, media massa sebagai sarana untuk menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain.

Demikian pula Willbur Schramm (1975: 34) melihat fungsi media massa sebagai sarana promosi/iklan "*to seel goods for us"* (dalam Darwanto 2007: 23-33).

b. Intensitas Menonton

Setiap orang yang menonton televisi biasanya memiliki jangka waktu lamanya mereka menghabiskan duduk dan memperhatikan tayangan yang menjadi paforit mereka. Seperti di katakan dalam kamus bahasa Indonesia diartikan keadaan tingkat atau ukuran intensnya[3] (Artinya intensitas menonton bagi khalayak seberapa lama khalayak atau seseorang menerima pesan atau menonton sebuah program tayangan di televisi (durasi), jenis tayangan apa yang khalayak terima dan tonton pada saat berada di depan televisi (konten) dan seberapa sering khalayak atau individu menghabiskan waktunya untuk menerima pesan dalam kurun waktu yang lama atau sebentar (frekuensi).

Seperti dikatakan oleh Gerbner dan Burton (dalam skirpsi Lesdhy Saulita Ekawati, 2012: 17-18), menggungkapkan bahwa pada dasarnya penonton televisi memiliki dua tipe yang berbeda, yakni:

a. *Heavy viewers* (pecandu fanatik) adalah mereka yang menonton televisi lebih dari empat jam setiap harinya. Penonton jenis ini efek yang akan ditimbulkan atau biasanya terlihat berperilaku sama dengan pesan yang ada di televisi.
b. *Light viewers* (penonton biasa) adalah mereka yang menonton televisi empat jam atau kurang dalam setiap harinya. Penonton jenis ini tidak terpengaruh secara langsung oleh tayangan televisi atau dampak yang ditimbulkan tidak signifikan.

Dengan adanya penjelasan mengenai intensitas menonton di atas artinya media televisi dapat mempengaruhi para penontonnya, biasanya apa yang di putar di layar kaca dapat di pandang sebagai sebuah hal yang nyata di dalam kehidupan

[3] http://kamusbahasaindonesia.org/intensitas (Akses, 20 mei 2015)

sehari-hari dan biasanya seseorang mengaplikasikan apa yang mereka lihat di televisi dalam kehidupan nyata dalam waktu lama.

c. Teori Stimulus Respon (S-R *Theory)*

Teori stimulus respons merupakan teori komunikasi yang paling mendasar. Teori ini menggambarkan pesan yang disampaikan melalui media massa langsung ditunjukan kepada komunikan melalui media perantara, misalnya *Opinion Leader*. Teori ini terlihat sangat sederhana pasalnya hanya melihat proses komunikasi secara sederhana hanya melibatakan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan yakni penonton/khalayak. Media massa mengeluarkan stimulus dan si penerima merespon dengan menanggapi sehingga dinamakan teori stimulus-respons.[4]



Stimulus Respon

Gambar 1.1 Model S-R

> Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Kemudian mempengaruhi sesuatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic Needle atau teori jarum suntik. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai stimulus dan menghasilkan respons yang kuat. Proses ini dapat bersifat timbal balik dan menemui banyak efek. Setiap efek yang kuat dapat mengubah tindakan komunikasi (communication act).[5]

Model Stimulus-Respon mengasumsikan bahwa perilaku individu karena kekuatan stimulus yang datang dari luar dirinya, bukan atas dasar motif dan sikap yang dimiliki (Wiryanto,2004:13:15). Dengan demikian efek yang ditimbulkan adalah bagaimana reaksi terhadap stimulus sehingga seseorang dapat memperkirakan antara pesan dan reaksi kepada komunikan.

---

[4] http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/53870/4/Chapter%20II.pdf (akses 5 januari 2016)

[5] http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/54947/4/Chapter%20II.pdf (akses 5 januari 2016)

McQuail (1994 :234) menjelaskan elemen-elemen utama dari teori ini adalah:

a. Pesan *(stimulus)*

b. Seorang penerima *(organism)*

c. Efek *(response)*

Pesan yang diberikan pada seorang penerima *(organism)* dapat diterima bahkan ditolak. Namun apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak itu artinya stimulus yang diberikan tidak efektif mempengaruhi individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh komunikan berarti pesan yang disampaikan tersebut efektif.

Jika stimulus telah mendapatkan perhatian dari penerima maka pesan bisa diterima dan dilanjutkan ke proses selanjutnya, setelah itu penerima pesan mengelola pesan tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak pesan yang telah diterima (sikap).

Dalam media massa, di mana teori ini stimulus respon mengasumsikan bahwa pesan informasi persiapan oleh media dan di distribusikan secara sistematis dan dilakukan secara luas. Sehingga secara serempak pesan yang diberikan oleh media dapat diterima oleh jumlah besar secara massa bukan ditunjukan pada orang per orang.

d. Teori Kultivasi

> Teori kultivasi merupakan sebuah teori yang menggambarkan bagaiamana media khusunya televisi memberi dampak pada audiens ketika melihat tayangan yang ditampilkan di media tersebut. Teori ini diawal perkembangannya lebih memfokuskan kajian pada studi televisi dan audiens, khususnya mengenai tema kekerasan. Akan tetapi dengan adanya perkembangan maka teori ini bisa untuk kajian diluar tema kekerasan.
>
> Menurut teori kultivasi, televisi menjadi media atau alat utama untuk para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkunganya. Bisa dikatakan bahwa media televisi secara tidak langsung akan belajar tentang dunia, orang-orang, nilai-nilainya, serta adat kebiasaan. (Nurdin, 2007:167)

Dikembangkan oleh George Gerbner dan Larry Goss dari *university of Pennsylvania*, teori kultivasi ini berasal dari beberapa proyek penelitian skala besar berjudul "Indikator Budaya" Tujuan dari proyek Indikator Budaya ini adalah untuk mengidentifikasi efek televisi pada pemirsa.[6] Gebner berpendapat bahwa media massa menanamkan sikap dan nilai tertentu. Lalu kemudian media memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai antara anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain. media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakininya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecendrungan sikap yang sama satu sama lain (Nurdin, 2007:169).

Sebagaimana yang dicatat McQuail dan Windahl (1993), teori kultivasi menganggap bahwa televisi tidak hanya disebut sebagai jendela atau refleksi kejadian sehari-hari di sekitar kita, tetapi dunia itu sendiri (Nurdin, 2007:170).

Para pecandu berat televisi *(heavy viewers)* akan menganggap bahwa apa yang terjadi di televisi itulah dunia senyatanya. Misalnya, tentang perilaku kekerasan yang terjadi di masyarakat. Para pecandu berat televisi ini akan mengatakn sebab utama munculnya kekerasan karena masalah sosial (karena televisi yang dia tonton sering menyuguhkan berita dan kejadian dengan motif sosial sebagai alasan melakukan kekerasan). Padahal bisa jadi sebab utama itu lebih karena faktor *cultural shock* (keterkejutan budaya) dari tradisonal ke modern.[7]

Jadi, teori kultivasi memiliki efek memberikan kesan bahwa televisi mempunyai dampak yang sangat kuat pada diri individu. Bahkan, penonton menganggap bahwa lingkungan di sekitarnya sama seperti yang digambarkan dalam televisi. Dan meskipun televisi bukanlah satu-satunya sarana yang

[6] https://id.wikipedia.org/wiki/Teori_kultivasi (akses 16 oktober 2015)

[7] http://nurudin.staff.umm.ac.id/2010/01/21/teori-kultivasi-cultivation-theory/#more-91 (akses 16 oktober 2015)

membentuk pandangan kita tentang dunia, televisi merupakan salah satu media yang paling ampuh, terutama bila kontak dengan televisi sangat sering dan berlangsung lama.

e. Teori Persuasi (Sikap)

Salah satu bentuk komunikasi paling mendasar adalah persuasi. Persuasi didefinisikan sebagai "perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain" (Olson dan Zanna, 1993:135 dalam buku Werner dan James, 2011:177). Sikap adalah rasa suka/tidak suka kita atas sesuatu (Werner dan James, 2011:177). Misalnya, jika ada seseorang lelaki menyukai perempuan bahkan lelaki tersebut akan bersikap memilih wanita tersebut sebagai pasangan hidupnya nanti.

Sama halnya beberapa defenisi penting sikap adalah sebagai berikut:

- Sikap pada dasarnya adalah suatu cara "pandangan" terhadap sesuatu (Murphy, dan Newcomb,1937, hlm 889).
- Kesiapan mental dan sistem syaraf, yang diorganisasikan melalui pengalaman, menimbulkan pengaruh langsung atau dinamis pada respons-respons seseorang terhadap semua objek dan situasi terkait (Allport, 1954, hlm. 45)
- Sebuah kecenderungan yang bertahan lama, dipelajari untuk berperilaku dengan konsisten terhadap sekelompok objek (English dan English, 1958, hlm. 50).
- Sebuah sistem evaluasi positif atau negatif yang awet, perasaan-perasaan emosional, dan tendensi tindakan pro atau kontra terhadap sebuah objek sosial (Krech, Crutchfield, dan Ballachey, 1962,hlm. 177).

Sikap juga memilik tiga komponen yakni: **Komponen afektif** dimana komponen ini membahas mengenai kesukaan atau perasaan terhadap sebuah objek; **komponen kognitif** yakni keyakinana terhadap sebuah objek; dan **komponen perilaku** yakni tindakan terhadap objek. Jika disimpulkan sikap adalah rangkuman evaluasi terhadap objek sikap kita (Werner dan James, 2011:177-178).

Manusia memiliki sikap yang berbeda-beda satu dengan yang lainya. Biasanya sikap manusia timbul dengan sendirinya karena adanya stimulus dan terbentuknya suatu sikap biasanya dipengaruhi oleh lingkungan sekitar seperti

keluarga, norma agama dan adat istiadat. Pengaruh yang sangat dominan setiap manusia yakni lingkungan keluarga. Pengaruh dari lingkungan sosial itu sangat membantu perubahan sikap seseorang, hanya saja media merupakan salah satu alasan pendukung dari terpengaruhnya khalayak dan adanya perubahan dari sikap masyarakat itu sendiri.

Seperti yang dikatakan oleh Klapper, bahwa komunikasi massa tidak langsung menyebabkan pengaruh pada audiens, tetapi termediasi oleh variabel-variabel lain. Jadi, media adalah salah satu alasan pendukung. Lalu teori selanjutnya tentang keterbukaan selektif merupakan teori lain yang muncul untuk menjelaskan pengaruh media. menurut teori ini, pengaruh audiens dimediasi oleh selektifitas, seperti faktor-faktor kelompok lhoit dan Harold de Bock, 1980: 78 dan interpersonal (Littlejohn, 2009: 423).

f. **Teori peniruan** *(modeling theories)*

Teori belajar medeling merupakan teori yang dikemukakan oleh Albert Bandura. Dimana modeling adalah proses belajar dengan mengamati tingkah laku atau perilaku dari orang lain disekitar kita. Modeling artinya meniru, dengan kata lain juga merupakan proses pembelajaran dengan melihat dan memperhatikan perilaku orang lain kemudian mencontohnya.[8]

Seperti dinyatakan Dondald K. Robert (Schramn dan Roberts:1977: 359, dalam Rahmat 2001: 216), ada yang beranggapan bahwa efek hanyalah "perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa". Menurut Steven M. Chaffee (Wilhoit dan Harold de Bock, 1980: 78, dalam Rahmat 2001: 216) ini adalah pendekatan pertama dalam melihat efek media massa. Pendekatan kedua ialah melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa-penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku; atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afaktif, dan behavioral

Pada teori modeling, seseorang tidak harus sepenuhnya meniru dan mencontoh perilaku dari orang-orang apa yang mereka lihat (media massa).

[8] http://12008ars.blogspot.co.id/2013/06/teori-albert-bandura-modeling.html (2 desember 2015)

Menurut Bandura, perlakuan seseorang adalah hasil interaksi faktor dalam diri (kognitif) dan persekitaran. melalui media televisi, orang meniru perilaku idola mereka. Teori peniruanlah yang dapat menjelaskan mengapa media massa begitu berperan dalam menyebarkan mode berpakaian, berbicara, atau berperilaku tertentu lainnya.

Unsur utama dalam peniruan (proses moedelimg/permodelan) adalah sebagai berikut :

1). Perhatian *(Attention)*

Subjek harus memberi tumpuan kepada tingkah laku model untuk dapat mempelajarinya. Subjek memberi perhatian tertuju kepada nilai, harga diri, sikap, dan lain-lain yang dimiliki. Contohnya, seseorang pemain musik yang tidak percaya diri mungkin meniru tingkah laku pemain musik terkenal sehingga tidak menunjukkan gayanya sendiri.

2). Mengingat *(Retention)*

Subjek yang memperhatikan harus merekam peristiwa itu dalam sistem ingatan. Ini membolehkan subjek melakukan peristiwa itu kelak bisa diperlukan atau diingini. Kemampuan untuk menyimpan informasi juga merupakan bagian penting dari proses belajar.

3). Reproduksi *(Reproduction)*

Setelah mengetahui atau mempelajari sesuatu tingkah laku, subjek juga dapat menunjukkan kemampuannya atau menghasilakan apa yang disimpan dalam bentuk tingka laku. Contohnya, bermain tenis, jadi setelah subjek memperhatikan model dan menyimpan informasi, sekarang saatnya untuk benar-benar melakukan perilaku yang diamatinya.

4). Motivasi

Motivasi juga penting pemodelan Albert Banduran karena ia adalah pengerak individu untuk terus melakukan sesuatu. Jadi, subjek harus termotivasi untuk meniru perilaku yang dimodelkan.

g. Gaya Berpakaian Muslimah Trendi

Jika kita mendengar kata Berpakaian, maka di benak kita adalah gaya berpakaian yang terlihat indah dan modis. Tidak jarang jika pakaian dianggap hal yang sangat penting bagi kaum laki-laki atau dikhususkan untuk peremp[9]uan. Karena pada dasarnya pakaian merupakan cara kita berkomunikasi dan berkreasi sesuai karakter diri kita sendiri.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), Pakaian adalah barang apa yang dipakai (baju, celana, dan sebagainya), berpakian adalah mengenakan pakaian atau busana adalah pakaian; baju**.** Sedangkan Gaya yakni memperagakan penampilan dalam berbagai gaya. Jadi, gaya berpakaian merupakan bagaimana seseorang mengenakan pakaian atau busana (baju, celana, dll) dalam memperagakan penampilannya dengan berbagai gaya. Sedangkan Trendi adalah bergaya mutakhir; memiliki tren; bergaya modern; mengetren atau dalam kehidupan sehari-sehari sering digunakan untuk mengungkapkan keadaan dimana suatu hal sedang digemari atau sedang menjadi perhatian kebanyakan orang.[6]

Menurut Moeliono 1998 (dalam skripsi Putri Suci Wulandari, 2012:26) Gaya berpakaian adalah cara berpakaian yang menjadi ciri khas. Biasanya gaya berpakaian *(fashion)* bisa dikatakan sebagai identitas diri seseorang, Pesatnya perkembangan *fashion* menjadi hal yang menarik untuk di ikuti bagi kaum wanita. Seperti perkembangan *fashion* muslim yang semakin pesat menambah trend di masyarakat "Indonesia" untuk mengikuti gaya berpakaian muslim trendi saat ini.

Seperti yang dikatakan dalam buku (Barnard, 1996: xi), Bagaimana dengan perkembangan *fashion* muslim di Indonesia dan makna busana muslim bagi pemakainya? Wanita yang memakai busana muslim merasa yakin bahwa dirinya adalah muslim yang lebih baik daripada sebelumnya. Pernyataan ini menegaskan bahwa wanita muslim jika mengenakan kerudung akan terlihat lebih baik dan mudah dikenal dibandingkan wanita yang tidak mengenakan kerudung.

Sebelum adanya perkembangan trend berhijab, kerudung atau jilbab dahulu kala hanya dipakai oleh orang-orang tertentu saja yakni keluarga yang paham akan islam secara mendalam (aktivis islam), anak-anak pesantren atau dan

[9] http://kamusbahasaindonesia.org/intensitas (akses, 20 mei 2015)

di sekolah umum yang mengharuskan mengenakan jilbab sebagai identitas sekolah dan peraturan.

Tak ayal, semakin kesini perkembangan *fashion* muslim sudah menjadi trendi, dapat mengkomunikasikan menjadi orang modern yang salah dan sekaligus menjadi muslim yang modern. Menurut Suzanne Brenner dalam buku (Barnard, 1996: xii), "jilbabisasi" dikalangan Muslim Indonesia itu sesuatu yang sangat komplek dan perlu dilihat sebagai peristiwa yang "seratus persen modern". Jilbabisasi justru dianggap merupakan suatu tanda globalisasi, suatu lambang identifikasi orang islam di Indonesia dengan umat islam di Negara-negara lain di dunia modern.

Seiring dengan perkembangannya waktu pakaian muslimah pun dibuat dengan mode yang lebih bervariatif dengan *mix* and *match.* Ditunjang dengan kreativitas rancangan busana muslimah yang menciptakan berbagai bentuk sehingga para muslimah terlihat trendi, modis, namun masih dalam peraturan islami. Pakaian adalah salah satu dari bagian hijab yang mempunyai beberapa syarat tersendiri, karena tidak semua pakaian pantas digunakan sebagai hijab. Adapun beberapa persyaratan tertentu adalah sebagai berikut : (Fada abdur Razak:2004: 182-183).

1. Pakain tersebut hendaknya tidak merupakan perhiasan (warna norak).
2. Pakaian harus tebal, tidak boleh tipis, karena tujuan hijab sendiri adalah untuk menutupi
3. Pakaian harus longgar, tidak menampakan lekuk tubuh si pemakai. Dan didasari oleh sabda Rasulullah SAW;

   "ada dua kelompok ahli neraka, yang tidak kulihat lagi setelah keduanya. Yaitu, wanita-wanita berpakaian telanjang (yakni tembus pandang) yang cenderung menarik perhatian dan (rambut) kepalanya seperti punuk onta. Mereka ini tidak akan masuk surga, dan mereka tidak akan menemukan baunya. Lainnya adalah orang-orang lelaki yang menggenggam cambuk bagaikan ekor sapi, mereka menggunakannya untuk mencambuki orang"
4. Pakaian tidak boleh menyerupai pakaian laki-laki. Rasulullah SAW bersabda;

" Dari Ibnu Abbas RA berkata: Rasulullah mengutuk laki-laki yang meniru-niru perempuan dan perempuan meniru laki-laki". (Dirawikan oleh Bukhari, Abu Dwud, At Tarmidzi, An nasa'I, Ibnu Majah dan Ath Tabrani).

Tidak di pungkiri bahwa perkembangan *fashion* muslim dipengaruhi oleh media massa yang menyajikan khusus mengenai perkembangan pakaian muslim atau berita tentang pablik figur yang menggunakan busana muslim modern. Salah satunya program acara "Assalamualaikum Cantik" yang menayangkan secara jelas bagaimana pergeseran selera dan gaya hidup muslim dalam berbusana, menegaskan bahwa saat ini media massa lah yang lebih besar mempengaruhi perubahan gaya hidup muslimah.

h. Pembentukan sikap

Sikap dapat dibentuk oleh beberapa faktor. Terdapat 6 faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap menurut Azwar (1988:24, dalam skiripsi Wawan Guruh Wirawan 2012: 16-17), perubahan sikap dapat disebabkan oleh:

1. Pengalaman Pribadi

   Apa yang sedang terjadi dan sedang dialami akan ikut membentuk dan mempengaruhi penghayatan seseorang terhadap stimulus sosial. Tanggapan akan menjadi salah satu dasar terbentuknya sikap. Untuk dapat mempunyai tanggapan dan penghayatan, seseorang harus mempunyai pengalaman yang berkaitan dengan objek piskologis.

2. Orang lain yang dianggap penting

   Pada umumnya individu cenderung untuk memiliki sikap yang kecenderungan atau searah sikap orang yang dianggap penting. Kecenderungan ini dimotivasi oleh keinginan untuk berkreasi dan keinginan untuk menghindari konflik dengan orang yang biasanya dianggap penting bagi individu.

3. Media Massa

   Sebagai sarana komunikasi, media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Tugas pokoknya dalam menyampaikan informasi telah mengkondisikan media massa menyajikan pesan-

pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh informasi tersebut, apabila cukup kuat akan memberikan dasar efektif dalam menilai sesuatu hal sehingga terciptalah sikap tertentu.

4. Institusi yang dianggap penting

   Intitusi yang dianggap penting yaitu lembaga pendidikan dan lembaga agama. Lembaga pendidikan serta lembaga agama sebagai suatu sistem yang mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap dikarenakan keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Pengalaman akan baik dan buruk, garis pemisah antara sesuatu yang boleh dan tidak boleh dilakukan, diperoleh dari pendidikaan dan dari pusat keagamaan serta ajaran-ajarannya. Dikarenakan konsep moral dan ajaran agama sangat menentukan sikap kepercayaan, maka tidaklah mengherankan jika pada gilirannya kemudian konsep tersebut ikut berperan dalam menentukan sikap individu terhadap sesuatu hal.

5. Kebudayaan

   Kebudayaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap sikap seseorang. Tanpa disadari kebudayaan telah mewarnai sikap masyarakat karena kebudayaan juga telah memberi corak pengalaman individu-individu dalam kelompok masyarakat, sehingga menanamkan garis pengaruh sikap seseorang terhadap berbagai masalah.

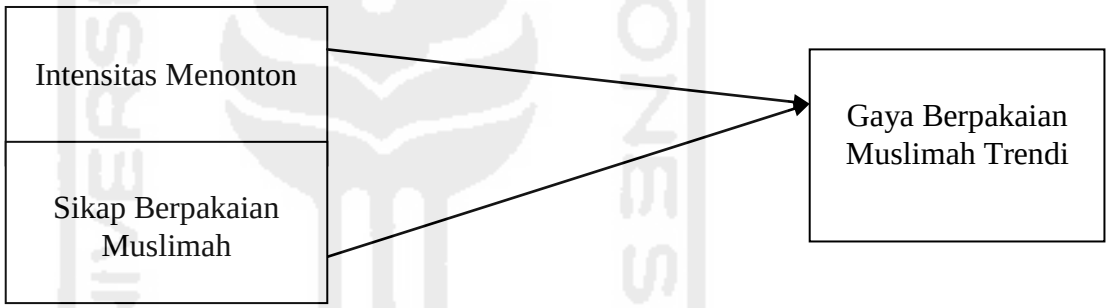
6. Faktor emosional dalam diri individu

   Terkadang suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi sebagai macam penyaluran frustasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Sikap demikian merupakan sikap sementara dan segera berlalu begitu frustasi telah hilang, akan tetapi dapat pula memberiakan sikap yang lebih pesiten dan bertahan lama.

   Artinya, bahwa pengaruh dan perubahan sikap seseorang itu diperoleh dari media massa hanya saja faktor dari lingkungan sekitar ia yang akan memperkuat sikap seseorang untuk menentukan perubahan apa yang telah ia lihat baik itu sebuah iklan-iklan, program acara yang ada di media cetak, televisi

maupun media massa lainnya. Contohnya, ada seseorang menonton tayangan di media televisi lalu ia melihat seorang artis idolanya telah berubah mengenakan jilbab, maka ia juga ingin melakukan hal yang sama dan adanya dorongan orang sekitar yang begitu kuat maka keinginan tersebut terlaksanakan. Dan jika dikaitakan dengan konsep sikap berpakaian islami tentunya akan merubah perilaku mereka dalam mengenakan pakaian islami. Misalnya dalam hal berpakaian yang sesuai ajaran islam, dengan adanya media serta perkembanagn dari segi pakaian islami secara tidak langsung akan membuat perubahan sikap seseorang dalam merubah gaya berpakaian yang mereka anggap bahwa hal itu menjadi menarik untuk ditiru sesuai dengan trend yang ada.

3. Kerangka Penelitian



F. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Intensitas Menonton Program Religi

Artinya intensitas menonton bagi khalayak seberapa lama khalayak atau seseorang menerima pesan atau menonton sebuah program tayangan di televisi (durasi), jenis tayangan apa yang khalayak terima dan tonton pada saat berada di depan televisi (konten) dan seberapa sering khalayak atau individu menghabiskan waktunya untuk menerima pesan dalam kurun waktu yang lama atau sebentar (frekuensi).

2. Gaya Berpakaian

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), Pakaian adalah barang apa yang dipakai (baju, celana, dan sebagainya), berpakian adalah mengenakan pakaian atau busana adalah pakaian; baju**.** Sedangkan gaya yakni memperagakan penampilan dalam berbagai gaya. Jadi, gaya berpakaian merupakan bagaimana seseorang mengenakan pakaian atau busana (baju, celana, dll) dalam memperagakan penampilannya dengan berbagai gaya. Sedangkan Trendi adalah bergaya mutakhir; memiliki tren; bergaya modern; mengetren atau dalam kehidupan sehari-sehari sering digunakan untuk mengungkapkan keadaan dimana suatu hal sedang digemari atau sedang menjadi perhatian kebanyakan orang.

Menurut Moeliono 1998 (dalam skripsi Putri Suci Wulandari, 2012:26) Gaya berpakaian adalah cara berpakaian yang menjadi ciri khas

3. Sikap berpakaian muslimah

- Sikap pada dasarnya adalah suatu cara "pandangan" terhadap sesuatu (Murphy, dan Newcomb,1937, hlm 889).
- Kesiapan mental dan sistem syaraf, yang diorganisasikan melalui pengalaman, menimbulkan pengaruh langsung atau dinamis pada respon-respons seseorang terhadap semua objek dan situasi terkait (Allport, 1954, hlm. 45)
- Sebuah kecenderungan yang bertahan lama, dipelajari untuk berperilaku dengan konsisten terhadap sekelompok objek (English dan English, 1958, hlm. 50).
- Sebuah sistem evaluasi positif atau negative yang awet, perasaan-perasaan emosional, dan tendensi tindakan pro atau kontra terhadap sebuah objek sosial (Krech, Crutchfield, dan Ballachey, 1962,hlm. 177).

sikap juga memilik tiga komponen yakni: **Komponen afektif** dimana komponen ini membahas mengenai kesukaan atau perasaan terhadap sebuah objek; **komponen kognitif** yakni keyakinan terhadap sebuah objek; dan **komponen perilaku** yakni tindakan terhadap objek. Jika disimpulkan sikap adalah rangkuman evaluasi terhadap objek sikap kita (Werner dan James, 2011:177-178).

Artinya, bahwa pengaruh dan perubahan sikap seseorang mengenakan pakaian dapat diperoleh dari media massa hanya saja faktor dari lingkungan sekitar la yang akan memperkuat sikap seseorang untuk menentukan perubahan apa yang

telah ia lihat baik itu sebuah iklan-iklan, program acara yang ada di media cetak, televisi maupun media massa lainnya

b. Definisi Opresional

- Variabel pengaruh menonton tayangan program religi Assalamualaikum Cantik dapat di ukur dengan menggunakan indikator antara lain:

1. Frekuensi (tingkat keseringan)

- Berupa tingkat keseringan menonton program religi Assalamualaikum Cantik

2. Konten

- Pesan yang disampaikan dalam tayangan program religi Assalamualaikum Cantik
- Tokoh/pembawa acara dalam program Assalamualaikum Cantik
- Isi cerita tayangan program religi Assalamualaikum Cantik

3. Durasi

- Lamanya penonton dan sesering apa penonton menyaksikan program religi Assalamualaikum Cantik

- Variabel Sikap (Berpakaian Muslimah)

  Komponen afektif Responden diberi pertanyaan mengenai berkaitan dengan perasaan khalayak sesudah menonton program Assalamualaikum Cantik, yaitu meliputi rasa suka, senang, menambah pengetahuan baru, marah dan lain sebagainya. Selain itu efek afektif juga menyangkut toleransi penonton akan tindakan cara berpakaian muslimah yang benar serta tindakan mengenakan gaya berpakaian muslimah trendi

  komponen kognitif Responden diberi pertanyaan mengenai persepsi penonton terhadap isi program Assalamualaikum Cantik yang mereka lihat di televisi

  komponen konatif/perilaku Tindakan yang dilakukan setelah menonton Assalamualaikum Cantik

- Variabel Peniruan Gaya Berpakain "*Fashion"* dapat diukur dengan menggunakan indicator antara lain:

1). Perhatian *(Attention)* terhadap cara berpakian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik, model pakaian, ukuran pakaian, aksesoris yang digunakan pembawa acara maupun bintang tamu pada program Assalamualaikum Cantik

2). Mengingat *(Retention)* terhadap cara berpakian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik, model pakaian, ukuran pakaian, aksesoris yang digunakan pembawa acara maupun bintang tamu pada program Assalamualaikum Cantik

3). Reproduksi *(Reproduction)* terhadap penggunaan cara berpakaian pembawa acara atau bintang tamu program Assalamualaikum Cantik dalam kehidupan seharai-hari, penggunaan model pakaian pembawa acara dan bintang tamu pada program Assalamualaikum Cantik dalam kehidupan sehari-hari, penggunaan ukuran pakaian yang digunakan, penggunaan aksesoris yang digunakan pembawa acara dan bintang tamu dalam kehidupan sehari-hari.

4). Motivasi *(motivation)* untuk meniru terhadap cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik, meniru ukuran pakaian yang digunakan, meniru aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik

G. Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan tentang pengaruh terpaan tayangan program religi "Assalamualaikum Cantik" di Transtv terhadap gaya berpakaian muslimah modern dan perilaku penggunaan produk islami pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia, penulis membuat hipotesis terhadap hasil penelitian ini.

Hipotesis tersebut dibagi dalam dua jenis:

Hipotesis (Ha):

a. Ada pengaruh signifikan Intensitas menonton program religi islami "Assalamualikum Cantik" di TransTv terhadap Gaya berpakaian muslimah trendi pada Mahasiswi Universitas Islam Indonesia

b. Ada pengaruh signifikan Sikap Berpakian Muslimah terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia
c. Ada pengaruh signifikan Intensitas Menonton Program Religi Islam "Assalamualaikum Cantik" di TransTv dan Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi pada Mahasiswi Universitas Islam Indonesia

Hipotesis (Ho):

a. Tidak ada pengaruh yang signifikan Intensitas menonton program religi islami "Assalamualaikum Cantik" di TransTv terhadap Gaya berpakaian pada Mahasiswi Universitas Islam Indonesia.
b. Tidak ada pengaruh signifikan Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia.
c. Tidak ada pengaruh signifikan Intensitas Menonton Program Religi Islam "Assalamualaikum Cantik" di TransTv dan Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi pada Klangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia

H. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif Eksplanasi Survey yang dimaksud adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari berbagai variabel yang timbul di masyarakat, yang menjadi metode penelitian. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif yang karena tujuannya maka ia harus menggunakan hipotesis penelitian kuantitatif untuk diuji dengan ststistik (Bungin, 2006:57). Format eksplanasi dimaksud untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasi atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain (bungin 2005:38). Dengan menggunakan pesebaran kuesioner kepada narasumber yang menjadi objek penelitian dan menggunakan metode penghitungan statistik tertentu sehingga diketahui ada atau tidak hubungan antara variabel yang diteliti.

2. Populasi, Sample dan Teknik Sampling

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Islam Indonesia, merucut kepada mahasiswa/I di Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya yang masih aktif dalam perkuliahan.

Dengan jumlah populasi secara keseluruhan yakni:

Jumlah Mahasiswa Mengisi KRS (Fakultas)
Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya
Semester Genap

Tahun 2014/2015

No	Jurusan	Jumlah Mahasiswa Yang KRS	Jumlah Mahasiswa Bayar SPP
1	Piskologi	1144	1162
2	Ilmu Komunikasi	588	608
3	Pendidikan Bahasa Inggris	123	124
4	Hubungan Internasional	106	105
Total		1961	1999

Sumber data: Akademik Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Sampel dalam penelitian ini dihitung berdasarkan ketentuan besaran sampel atas besaran populasi dengan menggunkan rumus penentuan besaran populasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan, (10%, 20%, 30%, 40%, 50%)

$$n\frac{\mathbf{1961}}{\mathbf{1961}x\,(\mathbf{0,1})^{\mathbf{2}}+\,\mathbf{1}}=\frac{\mathbf{1961}}{\mathbf{20,61}}=\mathbf{95,44}$$

Keterangan :

N = 1961

n = 95 ukuran sampel

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan, (10%)

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi 1961 diperoleh ukuran sampel sebesar 95,44 atau 95 sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah penarikan sampel secara acak sederhana (*Simpel Random Sampling).* Sampel acak sederhana adalah sampel yang diambil sedemikian rupa sehinggah anggota populasi mempunyai kesempatan/peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Rianto, *dkk*., 2011: 51).

3. Jenis Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa metode penumpulan data, yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Burhan Bungin, 2006 : 132). Bentuk kuesioner dibuat untuk mengumpulkan data yang akan digunakan agar menghasilkan informasi. Untuk kuantisasi data dari jawaban responden akan digunakan tiga poin dari skala Likert (1 : Sangat Setuju, 2 : setuju, 3 : Tidak setuju, 4 : Netral, 5: Sangat tidak setuju)

a. Data Sekunder

Data dan sumber data sekunder adalah adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. (Burhan Bungin, 2006 :

132). Data yang diperoleh dengan cara melakukan studi kepustakaan dan media informasi internet yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi pustaka ini bermanfaat sebagai landasan teori untuk selanjutnya menjadi dasar pemikiran dalam penelitian ini (Bungin, 2006 : 132).

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket atau yang kita kenal dengan kuesioner. Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk di isi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti. Bentuk umumnya adalah terdiri dari bagian pendahuluan yang berisikan petunjuk pengisian angket, *bagian identitas* berisikan identitas responden seperti: nama, umur, jenis kelamin, jurusan, angkatan (Bungin, 2005:133).

5. Pengolahan Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik uji analisis statistic regresi linear berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui koefisien regresinya (Hasan, 2004:107). Dengan memanfaatkan software SPSS dengan cara sebagai berikut :

1) Editing : kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti menghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada di antaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan bahkan terlupakan.

2) Koding : Setelah tahap *editing* selesai dilakukan, kegiatan berikutnya adalah mengklasifikasi data-data tersebut melalui tahapan *koding.* Maksudnya bahwa data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis.

3) Tabulasi (Proses pembeberan) : Merupakan bagian terakhir dari pengolahan data,

maksudnya adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.

6. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner diakatakn valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali, 2011: 52). Biasanya hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Uji validitas mempunyai validitas internal dan eksternal, maksudnya validitas internal bila data yang dihasilkan merupakan fungsi dari rancangan dan instrument yang digunakan. Misalnya instrument mengenai kepemimpinan makan tentang kepemimpinan akan menghasilkan data tentang kepemimpinan bukan motivasi. Dan penelitian yang mempunyai validitas eksternal bila hasil penelitian dapat diterapkan pada sampel lain, tetapi masih dalam populasi yang sama atau hasil penelitian itu dapat digeneralisasikan.
Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur mampu melakukan fungsi. Alat ukur yang digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner (Budi, 2006 dalam skirpsi Putri Sucia Wulandari, 21012: 29).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehinggah alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Bugin, 2005 106). Dalam penguujian pengukuran jika dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan akurat. Suatu kuesioner diakatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Imam Ghozali, 2011:47).

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeted Measure* atau pengukuran ulang : disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja: disini pengukurannya hanya sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas denga uji statistik Crombach Alpha (a). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70 (Nunnally, 1994)

7. Analisis Data

Dalam metode analisis data pada penelitian ini penulis menguji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi sederhana yaitu X (menontot tayangan terhadap Y1 (sikap berpakaian dan X terhadap Y2 (gaya berpakaian). Lalu untuk uji pra syarat analisis hipotesi digunakan uji normalitas dan uji linieritas.

Uji Normalitas : Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistik. Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau biasa disebut asumsi klasik.Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang mampunyai pola seperti distribusi normal.[10] Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov yang dihitung menggunakan bantuan SPSS.

Uji linearitas : Uji linearitas untuk melihat apakah spesipikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Tujuan dari uji linearitas untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat mempunyai hubungan yang liner atau tidak secara signifikan. Perhitungan dalam pengujian ini menggunakan bantuan SPSS untuk melihat apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat tersebut bersifat liner atau tidak.

[10] http://bimbingan-skripsi-malang.blogspot.co.id/2015/05/cara-melakukan-uji-normalitas-melalui.html (akses, 18 november 2015)

Uji Hipotesis : Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen X mempengaruhi variabel dependen Y1 dan apakah variabel independen X mempengaruhi Y2. Dalam menghitung pengujian hipotesis menggunakan bantuan SPSS dengan teknik statistik Regresi bermaksud melakukan prediksi seberapa jauh atau apakah ada pengaruh antara nilai variabel independen X dengan variabel dependen Y1.