

**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**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh

WINDA PRAMITA

12321069

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta
2016**

SKRIPSI

**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**



Disusun oleh

WINDA PRAMITA

12321069

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim
penguji skripsi

Tanggal: **31 MAY 2016**

Dosen Pembimbing Skripsi

RENNTA CHRISDIANA, M.Sc
NIDN 113210503

Skripsi

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON TAYANGAN PROGRAM RELIGI ISLAM
“ASSALAMUALAIKUM CANTIK” DAN SIKAP BERPAKAIAN MUSLIMAH
TERHADAP GAYA BERPAKAIAN MUSLIMAH TRENDI PADA MAHASISWI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

Disusun Oleh

WINDA PRAMITA

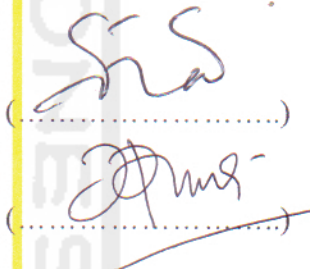
12321069

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 3.1 MAY 2016

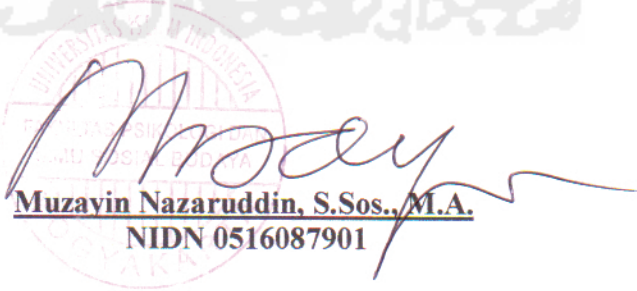
Dewan Penguji

1. Ketua : Rennta Chrisdiana, M.Sc
NIK 113210503
2. Anggota : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom
NIDN 0529098201



Handwritten signatures of the examiners, Rennta Chrisdiana and Puji Hariyanti, with dotted lines indicating their respective positions in the list.

Mengesahkan,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Signature of Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A. with a red circular stamp of the Faculty of Psychology and Social and Cultural Studies, Universitas Islam Indonesia. Below the signature is the text: **Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A.** NIDN 0516087901

PERNYATAAN AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Winda Pramita
Nomor Mahasiswa : 12321069

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 21 Mei 2016

Yang menyatakan,



(Handwritten signature)
(Winda Pramita)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah Subhanahuwata'ala, sang Maha Cinta pemberi kekuatan dari segala kelemahan umat-Nya. Atas rahmat-Nya karya yang sangat sederhana ini dapat terselesaikan

Terima kasih untuk segala bentuk cinta, kasih sayang, doa, perhatian, pengertian, dan dukungan dari orang-orang terdekat di hati:

Orang tuaku

Ayah dan Ibu terkasih

Ayah Subandi, ayah terhebat dan tergantung diseluruh penjuru dunia.

Ibu Eliyanti, ibu terhebat dan tercantik diseluruh penjuru dunia.

Terima kasih untuk segala bentuk cinta yang telah dicurahkan sampai saat ini.

Dua Saudara Perempuan dan Alm Kakak tercintaku

Wini Anggraini Suci, S.Pd dan Yeyen Herpika Sueli saudara perempuanku

Terimakasih sudah menjadi penyemangatku dan sekaligus kalian menjadi motivasiku untuk terus belajar.

Saudara Lelakiku

Almarhum Febrio Aksara Putra

Terimakasih untuk segala dukunganmu selama kamu hidup di dunia, engkau lah menjadi cambuk ku

untuk terus menggapai impian di kota rantauan. Walaupun raga kita terpisah namun semangat mu, dukunganmu, dekapan hangat mu, perkataan mu serta cintamu dan kasih sayangmu selalu melekat di ingatan ku kak.....

LOVE YOU MORE.....

HALAMAN MOTTO

Dia yang tahu, tidak bicara. Dia yang bicara, tidak tau.

(*loo Tse*)

Jika kamu berhasil menjaga kewanitaannya, maka kamu meringankan beban orang tua mu di akhirat kelak.

(Ayah, Ibu)

Belajar itu seperti Akar yang pahit,
Namun akan menghasilkan buah yang manis.

(Felix Siauw)

Belajar dan bekerja-keraslah
Sampai idolamu menjadi setara denganmu.

(Mario Teguh)

Kamu Cantik, Kamu Manis dan Jagalah Kewanitaannya



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji bagi Allah SWT, sang pemilik dunia dan seisinya, tiada tuhan selain Allah dan hanya kepada-Nya lah kita patut memohon dan berserah diri. Tidak lupa Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW sang kekasih Allah, dengan syafaat dari beliau lah kita dapat terbebas dari zaman kejahiliah, dan semoga selalu istiqomah di jalan-Nya. Segala puji syukur milik Allah SWT, atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat melaksanakan seluruh kegiatan selama masa perkuliahan hingga menyelesaikan karya akhir skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang dijelaskan pada bab-bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu:

Media televisi merupakan salah satu media tetap digunakan oleh khalayak sejak dahulu hingga sekarang sudah semakin erat, pasalnya fasilitas audio dan visual yang dimiliki oleh perangkat televisi membuat masyarakat merasa dimudahkan dalam menerima dan mencari informasi. karena televisi memberikan banyak kemungkinan ilustrasi visual, tata warna, dan berbagai suara. Televisi menayangkan berbagai acara yang dapat memberikan hiburan kepada khalayak. seperti, sinetron, film, komedi, kuis, berita dan lain-lain.

Lalu setiap seseorang atau khalayak yang menonton televisi biasanya memiliki jangka waktu lama atau tidaknya mereka menghabiskan waktu untuk menikmati tayangan yang menjadi kesukaan khalayak, itu dinamakan intensitas.

Para penggemar program religi islam terutama mengenai kaum perempuan merasa terhibur dan puas dengan tayangan program religi islam yang ditayangkan di salah satu televisi swasta.

Trand *Fashion* dikalangan mahasiswi saat ini sudah mulai mendominasi misalnya mahasiswi Universitas Islam Indonesia yang dimana lebih banyak mengenakan *blouse*, *semi sweater*, *denim*, *varasity jacket*, *skin jeans*, dan hijab ala *street fashion* tidak dipungkiri bahwa tayangan program religi “Assalamualikum Cantik” telah

mengikat penonton mahasiswi untuk mengikuti mode atau yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu oleh tayangan program religi islam “Assalamualaikum Cantik”. Hal tersebut yang membuat penulis melakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besarkah 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”.

Penulisan skripsi ini dapat terlaksana atas doa, bantuan, dan dorongan dari beberapa pihak, untuk itu penulis sangat mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayah Subandi dan ibu Eliyanti tercinta. Terima kasih atas segala bentuk cinta serta kasih sayang berlimpah. Dan pengorbanan yang tak terhingga. Ayuk perempuanku Wini Anggraini Suci S.Pd dan adik perempuan ku Yeyen Herpika Sueli, serta Alm Kakak ku tercinta Febrio Aksara Putra. Dan wawak Taupik, wawak Atun, mas Yudi dan mba Kiki. Terima kasih untuk perhatian kepedulian dan semuanya terhadap saya.
2. Ibu Rennta Chrisdiana, M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang selalu memberikan arahan, dukungan, motivasi, dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi Ini.
3. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen penguji ujian akhir skripsi. Terima kasih atas bimbingan dan waktu ibu untuk menguji hasil skripsi saya.
4. Bapak Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dan Dosen Pembimbing Akademik.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia atas segala bantuan dan kerjasamanya.
6. Sahabat suka duka dengan segala cerita yang pernah terlewati, Anggia Putri Pelangi, Ratna Sari Adiputri, Hening widhiyowati, Dea Firdatia Razak, Tri Utami, Okti Novita Sari, Iwat N Ahingani, Huri, Dio Ray Padwa, Danny, Duta Suryo Jatmiko. Terima kasih setiap cerita yang telah kita ukir bersama. Teman KKN unit 264 (mas Jafar, si Hadid, dan temen tersayang Khairiva Haruminda) dan teman seperjuangan di Universitas Islam Indonesia umumnya anak Prodi Ilkom 2012 dan khususnya anak konsentrasi KOMUNIKASI STRATEGI 2012. Terima kasih untuk masa-masa kuliah yang indah dan tak terlupakan. Sukses untuk kita semua.

7. Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Yogyakarta, 28 April 2016

Winda Pramita



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan TA	ii
Halaman Pengesahan TA	iii
Halaman Pernyataan Etika Akademik	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Abstrak	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Kerangka Teori	14
3. Kerangka Penelitian	26
F. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	26
G. Hipotesis	29
H. Metode Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	31
3. Jenis Data	32
4. Teknik Pengumpulan Data	33
5. Pengolahan Data	33
6. Validitas dan Reliabilitas	34
7. Analisis Data	35
 BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Gambaran Program Assalamualaikum Cantik	37
B. Universitas Islam Indonesia	39
C. Lokasi Penelitian (FPSB)	40
 BAB III TEMUAN PENELITIAN	
A. Identitas Responden Pervariabel	44
1. Intensitas Menonton Tayangan Program Assalamualaikum Cantik	45
2. Variabel Sikap Berpakaian Muslimah	52
3. Variabel Gaya Berpakaian Trendi	64
 BAB IV ANALISIS DATA PEMBAHASAN	
A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	80
B. Analisis Data	83
1. Uji Normalitas	83
2. Uji Linearitas	84
3. Hasil Analisis Korelasi Ganda	85
4. Hasil Regresi Linier Berganda	87

5. Hasil Uji T	89
6. Hasil Uji F	90
7. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	90
C. Pembahasan	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	98
B. Keterbatasan Penelitian	98
C. Saran	99

DAFTAR PUSTAKA	101
-----------------------------	------------

LAMPIRAN



ABSTRAK

Winda Pramita. 12321069. 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.

Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2016.

Media televisi merupakan salah satu media yang digunakan oleh khalayak sejak dahulu hingga sekarang sudah semakin erat, pasalnya fasilitas audio dan visual yang dimiliki oleh perangkat televisi membuat masyarakat merasa dimudahkan dalam menerima dan mencari informasi. Walaupun telah muncul berbagai jenis program religi islam akan tetapi jenis tayangan program religi islam terlihat lebih mendominasi dan berkembang.

TransTv adalah salah satu stasiun televisi swasta yang menayangkan program religi islam yang bertipe *magazine informative* yaitu “Assalamualaikum Cantik” yang menampilkan gaya berpakaian muslimah trendi. Berdasarkan latarbelakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh intensitas menonton tayangan program religi islam “assalamualaikum cantik” terhadap gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia? seberapa besar sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas islam Indonesia? dan seberapa besar pengaruh tayangan program religi islam “assalamualaikum cantik” di transtv dan sikap berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia? tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 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.

Kerangka teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah televisi sebagai media massa yaitu media massa yang menebarkan informasi berupa peristiwa atau tayangan yang menambah pengetahuan baru bagi khalayak. Teori S-R atau jarum hipodermik disebut karena teori ini meyakini bahwa kegiatan mengirim pesan sama halnya dengan tindakan menyuntik yang bisa masuk kedalam jiwa khalayak. Teori kultivasi adalah teori yang memberikan efek kepada khalayak. Teori Peniruan yaitu memandang manusia sebagai makhluk yang mengembangkan kemampuan efektif. Teori persuasi (sikap) adalah perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain termasuk media massa.

Hasil kesimpulan terdapat pengaruh atau secara bersama-sama antara 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, maka hipotesis ketiga yang menyatakan ada pengaruh signifikan intensitas menonton program religi Islami “Assalamualaikum Cantik” di TransTV dan sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia terbukti atau dapat diterima. Besarnya nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,374. Hal ini berarti Perubahan gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah diperoleh dengan nilai sebesar 37,4%.

Kata Kunci: Televisi, Tayangan Program Religi Islam, Intensitas, Pengaruh, Sikap Berpakaian Muslimah, Gaya Berpakaian Muslimah Trendi

ABSTRACT

Winda Pramita. Effect of Intensity Watching 12321069. Impressions Islamic Religious Program "Assalamualaikum Cantik" in TransTv and plainclothes Muslim Attitudes Toward Style Dress Muslimah Trendy In Indonesia Islamic University student circles . Bachelor Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Studies, Islamic University of Indonesian. 2016

Media Television is one medium that is used by the public since the first until now has been tightened, the article audio and visual facilities owned by the television makes people feel facilitated in receiving and seeking information.

Even though the program has appeared many kinds of Islamic religion but Islam impression type religious programs look more dominating and growing. TransTv is one of the private television station that broadcast religious programs of the type of Islam that is informative magazine "Assalamualaikum Cantik" featuring a Muslim woman dressed in trendy style. Based on the background of the formulation of the problem in this research is how much influence the intensity of watching a religious program islam "Assalamualaikum Cantik" against Muslim dress style trendy at the Islamic University of Indonesia student? how much attitudes toward Muslim dress Muslim dress style trendy at the Indonesian Islamic University student? and how much influence impressions Islamic religious program "Assalamualaikum Cantik" in transtv and attitude of Muslim dress trendy at the Islamic University of Indonesia student? the purpose of this study was to determine the effect intensity of watching a religious program islam "Assalamualaikum Cantik" in transtv and dressed in Muslim attitudes toward Muslim dress style trendy at the Islamic University of Indonesia student. Theoretical framework used in this study is the television as a mass media that the mass media to spread information in the form of events or impressions that add new knowledge to the audience. S-R theory or hypodermic needles called because of this theory believe that the activity sends a message as well as the actions that can inject into the public psyche. Cultivation theory is a theory that gives effect to the audience. Impersonation theory that sees man as a creature who develop effective capabilities. Theory of persuasion (attitude) is the change in attitude as a result of exposure to information from others, including the mass media. The conclusion there is influence or jointly between the influence the intensity of watching a religious program islam "Assalamualaikum Cantik" in transtv and attitude dressed Muslim women to dress styles of Muslim trendy at the student of Islamic University of Indonesia, the third hypothesis which states no significant effect intensity watch program Islamic religion "Assalamualaikum Beautiful" in the trans-TV and attitude toward Muslim dress style of dress at the Indonesian Islamic University student proven or acceptable. The value of Adjusted R Square obtained at 0.374.

This means that Muslim dress trendy style changes at the Indonesian Islamic University student affected by the variation of the intensity of watching a religious program Islam "Assalamualaikum Cantik" and the attitude of Muslim dress is obtained with a value of 37.4%.

Keyword: Television Show, Islamic Religious Program, Intensity, Effect, attitude dressed Muslim, Muslimah Dress Style Trendy

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 ditayangkan 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 tausiyah 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 tausiyah namun juga sering tampil lucu dan menghibur para penonton.

Jika acara religi islami sebelumnya lebih banyak menampilkan sisi taushiyahnya, 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 Berpakaian 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 berpakaian 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-istri 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 menunjukkan 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

²Septiani 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 kenyataannya menunjukkan bahwa banyak mahasiswi muslimah khususnya ada pada perguruan tinggi islam di kota Yogyakarta (terkecuali UII) yang menunjukkan busana muslimah dengan berbagai gaya dan mode. Di iringi dengan usia yang masih muda tentu hal ini ingin menunjukkan eksistensinya dengan segala *fashion* yang sedang trend, mengkombinasikan atau memadukan 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 Berpakaian 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 Mahasiswi 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 diharapkan menjadi wadah informasi bagi kaum muslim agar lebih pintar memahami program religi islam dalam gaya berpakaian muslim
 - Penelitian ini diharapkan agar masyarakat khususnya 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 oleh 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 menunjukkan pengaruh yang signifikan pada hipotesis pertama menunjukkan 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 menunjukkan 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 Terhadap 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 berhijab pada mahasiswa DIII FE UII Yogyakarta dan Mengkaji Pengaruh Komunikasi Peer Group Tentang Gaya Berhijab Dewi Sandra Terhadap Minat Berhijab 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 berhijab gaya Dewi Sandra pada mahasiswa DIII FE UII Yogyakarta. Menunjukkan 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 Mahasiswa 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 Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh model jilbab dan iklan kosmetik muslimah wardah mempengaruhi perilaku memakai jilbab mahasiswa jurusan akuntansi 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 mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UAD Yogyakarta yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas atau sig. (2-tailed) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 sesuai dengan kriteria bahwasannya hipotesis diterima. Dan semakin tinggi kualitas menonton mahasiswa maka semakin tinggi kemungkinan perubahan perilaku memakai jilbab mahasiswa. 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 Mahasiswa UII Yogyakarta 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 menunjukkan 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 menunjukan 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 Siswi SMA”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data ordinal.

Hasil dari penelitian ini adalah memiliki 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 sinetron 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 sinteron 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	<p>Muhammad Noor Arief, Pengaruh Terpaan Media Televisi dan Komunikasi PeerGroup Terhadap Minat Berhijab Gaya Dewi Sandra Pada “Mahasiswa DIII FE UII Yogyakarta”. 2015/Skirpsi</p>	<p>Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan survey</p>	<p>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.</p>	<p>Objek penelitian, landasan teori</p>
3	<p>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.</p>	<p>Pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survey eksplanatif</p>	<p>Semakin tinggi kualitas menonton mahasiswi maka semakin tinggi kemungkinan perubahan perilaku memakai jilbab mahasiwi</p>	<p>Metode penelitian, objek penelitian dan landasan teori</p>

	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 Mahasiswa UII Yogyakarta pada Produk Kosmetik Wardah). 2014/Skirpsi	Metode penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data	Penelitian ini menunjukkan 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 sinetron go go grils terhadap gaya berpakaian siswi sma gama dan sma bhnikea	Objek penelitian, landasan teori

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

2. Kerangka Teori

a. Televisi

Kedekatan media televisi terhadap masyarakat sejak dahulu hingga sekarang sudah semakin erat, alasannya 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-pesannya. 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 di atas untuk menegaskan lagi bahwa ada fungsi media massa tentunya, menurut seorang ahli komunikasi Harold D. Lasswell melihat fungsi utama media massa sebagai:

- ◆ *The surveillance 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 pengelihatannya kepada masyarakat luas.
- ◆ *The correlation of the parts of society in responding to the environment.* 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 one 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 sell 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 pavorit mereka. Seperti di katakan dalam kamus bahasa Indonesia diartikan keadaan tingkat atau ukuran intensitasnya³ (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 skripsi Lesdhy Saulita Ekawati, 2012: 17-18), mengungkapkan 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.

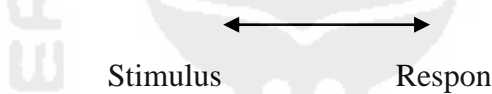
Dengan adanya penjelasan mengenai intensitas menonton di atas artinya media televisi dapat mempengaruhi para penontonya, biasanya apa yang di putar di layar kaca dapat di pandang sebagai sebuah hal yang nyata di dalam kehidupan

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 ditunjukkan kepada komunikan melalui media perantara, misalnya *Opinion Leader*. Teori ini terlihat sangat sederhana pasalnya hanya melihat proses komunikasi secara sederhana hanya melibatkan 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



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 ditunjukkan pada orang per orang.

d. Teori Kultivasi

Teori kultivasi merupakan sebuah teori yang menggambarkan bagaimana media khususnya 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 lingkungannya. 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 meyakinkannya. 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 definisi 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 memiliki 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).

Manusia memiliki sikap yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya. 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 Lohit dan Harold de Bock, 1980: 78 dan interpersonal (Littlejohn, 2009: 423).

f. Teori peniruan (*modeling theories*)

Teori belajar modeling 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 mencontohkannya.⁸

Seperti dinyatakan Donald K. Roberts (Schramm 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, afektif, 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 modeling/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 diinginkan. 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 menghasilkan 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 penggerak 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 perempuan⁹. 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), berpakaian 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-hari 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 diikuti 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 kompleks 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 bervariasi 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 publik 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 skripsi 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 psikologis.

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

Institusi 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 pendidikan 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.

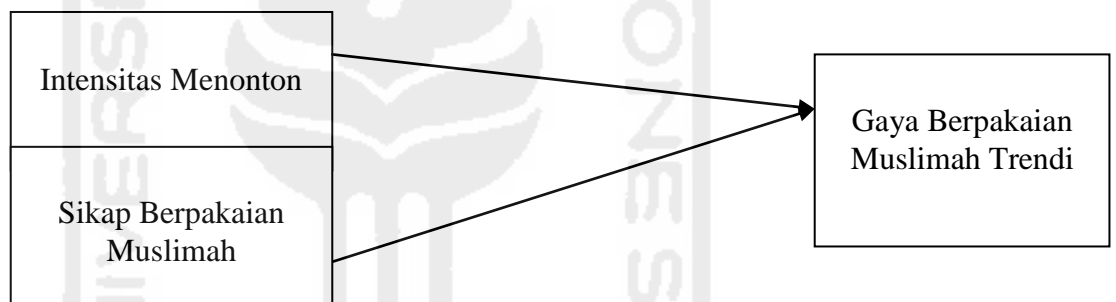
6. Faktor emosional dalam diri individu

Terkadang suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi sebagai macam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Sikap demikian merupakan sikap sementara dan segera berlalu begitu frustrasi telah hilang, akan tetapi dapat pula memberikan 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 dikaitkan 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 perkembangan 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), berpakaian 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-hari 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 memiliki 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 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 Operasional

- 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 berpakaian 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 berpakaian 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 sehari-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 (H_a):

- 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 Berpakaian 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 Klangen 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 menggunakan rumus penentuan besaran populasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

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

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

Keterangan :

N = 1961

n = 95 ukuran sampel

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian 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 sehingga 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 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 diisi 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 dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali, 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 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 skripsi Putri Suci Wulandari, 21012: 29).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Bugin, 2005: 106). Dalam pengujian pengukuran jika dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan akurat. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Imam Ghazali, 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 dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). 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 (menonton tayangan terhadap Y1 (sikap berpakaian dan X terhadap Y2 (gaya berpakaian). Lalu untuk uji pra syarat analisis hipotesis 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 mempunyai pola seperti distribusi normal.¹⁰ Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov yang dihitung menggunakan bantuan SPSS.

Uji linearitas : Uji linearitas untuk melihat apakah spesifikasi 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.



BAB II
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambar Program Assalamualaikum Cantik di TransTv



Program religi terbaru di salah satu stasiun televisi swasta di Trans Tv saat ini adalah Assalamualaikum Cantik, sebuah program religi islami yang ada di Trans Tv dikemas lebih modern dan apik untuk memberikan informasi terbaru mengenai *fashion* dan dunia islam bagi para pemirsanya khususnya kaum hawa. Di setiap tayangan Selalu menghadirkan narasumber-narasumber (bintang tamu) utama dan memberikan informasi serta melihat sebuah isu terbaru mengenai gaya berpakaian muslimah trendi. Program ini awalnya hadir pada akhir tahun 2014 berkisar dibulan November dengan nama Assalamualaikum Cantik ditayangkan pada hari Selasa pukul 07:00 WIB.

Hadirnya program Assalamualaikum Cantik di TransTv akan menjadi informasi terbaru bagi pemirsa pecinta dunia *fashion* khususnya gaya berpakaian muslimah “trendi”. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan program Assalamualaikum Cantik bisa di tonton bagi semua kalangan baik itu kalangan remaja atau pun orang dewasa yang pahan akan dunia *fashion*.

Assalamualikum Cantik sendiri adalah acara talkshow informatif dunia islami dibalut liputan ringan yang mengungkap kebutuhan kaum hawa akan pencerahan dan pedoman islami bagi kehidupan pribadi dan sosialnya. Program Assalamualaikum Cantik di tayangkan di TransTv dengan pembawa acara sekaligus artis remaja Yuki Kato atau bisa dipanggil yuki, pokok pembahasan terbagi ke dalam beberapa segmen yakni Tanya pak Ustad, Tips islam untuk para wanita, Fashion/life style, tutorial hijab dan lain sebagainya.¹¹

Program ini dimaksudkan untuk memberikan informasi terkini bagi masyarakat umum terkhusus bagi kaum hawa yang ingin atau sudah menggunakan hijab agar dapat lebih memahami tentang gaya berpakaian muslimah trendi serta dapat informasi yang lebih terbaru dan menarik. Adapun bintang tamu yang hadir merupakan dari kalangan orang biasa saja yang paham akan dunia fashion dan kalangan artis-artis baik yang sudah mengenakan hijab atau pun belum

¹¹ Pprogram Baru TransTV Di Bulan November 2014
<http://www.jadwaltv.net/artikel/9325/program-baru-transtv-di-bulan-november-2014.html> (akses 2 desember 2015)

mengenakan hijab antara lain Julia Peres, Dewi Sandra, Laudya Chintya Bella, Oki Stiana Dewi, Ariani Fitri K, Soraya Larsati, Boyen dan lain sebagainya.

Menariknya dalam program Assalamualaikum Cantik adalah program ini merupakan program yang memberikan edukasi serta informasi kepada masyarakat khususnya wanita. Tentu sebelum hadirnya program Assalamualaikum Cantik sudah ada tayangan yang bernuansa islami seperti Islam Itu Indah di Trans Tv, Mamah dan Aak di Indosiar. Namun tayangan tersebut berbeda dengan program Assalamualaikum Cantik yang dimana program tersebut hanya berisikan dakwah-dakwah islam yang disampaikan oleh Ustad maupun Ustadzah serta Tanya jawab mengenai dunia islam sehingga terlihat monoton. Berbeda dengan program Assalamualaikum Cantik terlihat jelas menonjolkan sisi life style/fashion namun tidak meninggalkan ajaran atau pun aturan serta dalil-dalil dalam dunia islam. Tidak menutup kemungkinan alasan program Assalamualaikum Cantik ada karena adanya Saat ini Indonesia tercatat sebagai negara dengan perkembangan **Fashion Muslim** yang cukup besar di dunia. Banyak hijabers muda dan berprestasi di kancah dunia internasional sehingga mampu menginspirasi bahwa muslimah tidak kuno tetapi juga bisa modis namun tetap syar'i, santun dan bersahaja. Kini muslimah sangat dimanjakan dengan banyaknya gaya berpakaian muslim dan gaya berhijab yang modis. Kreasi cara pakai hijab pun semakin banyak dan tentunya cantik. (<https://sites.google.com/site/fashiononline200/indonesia-sebagai-kiblat-fashion-muslim-dunia> akses 15 januari 2016)).

B. Universitas Islam Indonesia

Universitas Islam Indonesia disingkat UII adalah perguruan tinggi swasta nasional tertua di Indonesia yang terletak di Yogyakarta. UII semula bernama Sekolah Tinggi Islam (STI) yang didirikan di Jakarta pada hari Ahad tanggal 27 Rajab 1364 H bertepatan dengan tanggal 8 juli 1945 M. Dengan lokasi kampus yang tersebar di beberapa wilayah, seperti Kampus Terpadu terletak di Jalan Kaliurang KM 14,5 Kabupaten Sleman, dekat daerah wisata kaliurang dan berjarak 20 KM dari puncak Gunung Merapi Kampus Fakultas Ekonomi terletak

di Jalan Ringroad Utara Condong Catur Kabupaten Sleman. Kampus Fakultas Hukum di Jalan Tamansiswa, Kota Yogyakarta dan Kampus lainnya di Jalan Cik Dik Tiro, Kota Yogyakarta dan Demangan Baru, Kabupaten Sleman. Dalam pemeringkatan 4 International College and Universities (4ICU) maupun Webometric pada Januari 2012 menempatkan UII sebagai Perguruan Tinggi Swasta (PTS) peringkat pertama di Kopertis Wilayah V dan peringkat ke-2 PTS secara nasional. Selain itu, pada tahun 2009 UII terpilih sebagai perguruan tinggi dengan nilai penjaminan mutu internal terbaik di Indonesia versi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti). Pada tahun 2013, berdasarkan SK BAN-PT No. 065/SK/BAN-PT/AK-IV/PT/II/2013 UII berhasil meraih akreditasi institusi dengan nilai 'A', tertinggi di antara PTS seluruh Indonesia.

Dalam pemeringkatan 4 **International College and Universities (4ICU)** maupun Webometrics pada Januari 2012 menempatkan **Universitas Islam Indonesia** sebagai Perguruan Tinggi Swasta (PTS) **peringkat pertama di Kopertis Wilayah V dan peringkat ke-2 PTS secara nasional**. Selain itu, pada tahun 2009 **Universitas Islam Indonesia** terpilih sebagai perguruan tinggi dengan nilai penjaminan mutu internal terbaik di Indonesia versi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti) dan mendapatkan akreditasi institusi A pada tahun 2013. (https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Islam_Indonesia akses 15 januari 2016)

C. Lokasi Penelitian (Fakultas Psikologi Seni dan Budaya)

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia (UII) adalah salah satu fakultas yang berkembang pesat di lingkungan Universitas Islam Indonesia. Fakultas ini merupakan integrasi dan sinergi dari Program Studi S1-Psikologi (berdiri sejak 1995/1996), Program Studi S1-Ilmu Komunikasi (berdiri sejak 2004/2005), Program Diploma 3-Bahasa Inggris (berdiri sejak 2004/2005), Program Studi S2-Magister Psikologi Profesi (berdiri sejak 2005/2006), Program Studi S1-Pendidikan Bahasa Inggris (berdiri sejak

2012/2013), dan yang termuda adalah Program Studi S1-Hubungan Internasional yang mulai resmi dibuka pada awal tahun akademik 2014/2015.

FPSB UII memiliki sejarah yang unik. Kelahirannya dimulai dari pendirian Fakultas Psikologi dengan satu Program Studi, yaitu Prodi Psikologi pada 15 April 1995. Sembilan tahun berikutnya, yaitu 2004 Universitas Islam Indonesia mendirikan Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya dengan satu Prodi, yaitu Prodi Ilmu Komunikasi. Tahun 2006 Fakultas Psikologi mendirikan Program Pascasarjana, khususnya Program Magister Psikologi Profesi. Seiring dengan reorganisasi yang dilakukan pada tahun 2006, Universitas Islam Indonesia melakukan merger dua fakultas tersebut ditambah Program Diploma 3 Bahasa Inggris, dan secara resmi terbentuklah Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) UII. Keputusan ini tertuang dalam Peraturan Pengurus Harian Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia Nomor: 03 Tahun 2006 tentang Struktur dan Organisasi Universitas Islam Indonesia.

Perubahan kembali terjadi saat Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris jenjang S1 berhasil mengantongi Surat Ijin Operasional (Surat Keputusan Kemendikbud Nomor 11/E/0/2013) Tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris (PBI) Program Sarjana (S1). Permohonan pembukaan PBI sendiri sebenarnya sudah diajukan ke Dikti sejak 4 Januari 2011. Dengan keluarnya surat ijin tersebut, maka pimpinan pun merencanakan untuk menutup Program D3 Bahasa Inggris pada akhir Tahun Akademik 2014/2015.

Dan pada awal Tahun 2014 satu program studi kembali lahir di FPSB UII, yakni Program Studi Hubungan Internasional (HI). Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 19/E/0/2014 tertanggal 29 April 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana menjadi titik awal penyelenggaraan perkuliahan Prodi Hiyang dimulai pada TA. 2014/2015. (<http://fpsc.uui.ac.id/> akses, 15 Januari 2016)

Visi

Tahun 2030 menjadi pusat pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat bidang Psikologi, Ilmu Komunikasi, Bahasa Inggris, dan Hubungan Internasional yang terkemuka di Asia Tenggara serta berkomitmen pada keislaman dan keindonesiaan

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan yang profesional, inovatif, berbasis teknologi informasi, dan berlandaskan nilai-nilai profetik
2. Melaksanakan penelitian yang kreatif, aplikatif dan berkesinambungan
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam kerangka pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan sosial
4. Meningkatkan dan membudayakan implementasi nilai-nilai Islam di bidang pemikiran, pengkajian ilmu, dan pemecahan persoalan masyarakat.
5. Berperan aktif dalam kegiatan akademik di tingkat Asia Tenggara

Sasaran Mutu:

1. Lulusan bekerja dalam enam bulan pertama minimal 90%
2. Tepat waktu studi minimal 90%
3. Nilai Kinerja Dosen dalam aspek pedagogik, sosial, dan profesional dosen dengan nilai baik minimal 90%
4. Capaian kompetensi ke-UII-an lulusan yang meliputi keislaman, kebangsaan, kewirausahaan, Bahasa Inggris dengan nilai baik, minimal 90%
5. Program Studi S1 terakreditasi internasional minimal satu
6. Jumlah dosen dengan publikasi karya ilmiah internasional minimal 5%
7. Jumlah dosen asing minimal 1%
8. Jumlah mahasiswa baru berasal dari luar negeri minimal 1 %

Tabel 1.1

Jumlah Mahasiswa Mengisi KRS (Fakultas)

Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya

Genap

Semester

Tahun

2014/2015

No	Jurusan	Jumlah Mahasiswa Yang KRS	Jumlah Mahasiswa Bayar SPP
1	Psikologi	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

Penelitian ini dilakukan di lingkungan kampus Universitas Islam Indonesia, khususnya akan dilakukan penelitian pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya (FPSB) yang terbagi kedalam beberapa konsentrasi yakni Psikologi, Ilmu Komunikasi, Pendidikan Bahasa Indonesia, Hubungan Internasional. Penyebaran kuesioner akan dilakukan pada mahasiswa yang masih aktif dalam perkuliahan. Adapun jumlah mahasiswa/I yang telah membayar SPP atau mengikuti kuliah pada Tahun ajaran 2014/2015 berjumlah 1999 mahasiswa/i. itu terbagi kedalam beberapa bagian yakni Psikologi 1162 mahasiswa/I, Ilmu Komunikasi 605 mahasiswa/I, Pendidikan Bahasa Inggris 124 Mahasiswa/I dan Hubungan Internasional 105 mahasiswa/i.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan data yang didapatkan dari penelitian. Seperti yang telah dijelaskan pada sub bab metode penelitian bagian populasi dan sampel bahwa kuesioner disebarakan kepada 95 orang mahasiswi di Universitas Islam Indonesia, penyebaran kuesioner disebarakan pada mahasiswi di Fakultas Psikologi Sosial dan Budaya (FPSB) disemua jurusan Psikologi, Ilmu Komunikasi, Bahasa Inggris dan Hubungan Internasional.

A. Identitas Responden

Data yang dikumpulkan dalam kategori range usia dan jurusan responden. Identitas yang dikategorikan dalam range usia sebagai berikut.

Tabel 3.1

Persebaran Persentase Responden berdasarkan Usia

Range Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17	1	1.1%
18	19	20 %
19	35	36.8%
20	19	20%
21	17	17.9%
22	4	4.2%
Jumah	95	100%

Dari data diatas, kebanyakan responden dalam penelitian ini ialah range usia 17 tahun hanya 1.1%. Sementara responden yang berusia 18 tahun sebanyak 20%, sedangkan 19-20 tahun yaitu 56.8% responden disusul range usia 21-22 tahun yaitu berjumlah 22.1 % dimana range usia tersebut ialah target responden dalam penelitian ini. Hal ini menandakan bahwa tayangan Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi Pada

Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia didominasi dengan range usia 19-20 tahun

Tabel 3.2
Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Frekuensi	Persentase (%)
Psikologi	40	42.1 %
Ilmu Komunikasi	25	26.3 %
Pbi	20	21.1 %
HI	10	10.5 %
Jumlah	95	100 %

Dari data diatas responden yang dikategorikan kedalam empat jurusan yakni, jurusan Psikologi lebih banyak 40 orang (42.1%) dibandingkan dengan jurusan Ilmu Komunikasi sebanyak 25 orang (26.3%), jurusan Pbi (Bahasa Inggris) sebanyak 20 orang (21.1%) dan yang terakhir jurusan HI (Hubungan Internasional) yang hanya 10 orang (10.5%). Dari persentasi yang didapatkan jurusan Psikologi lebih besar dibandingkan dengan jurusan lainnya dikarenakan dari data yang diperoleh jumlah mahasiswa/I Psikologi lebih besar dibandingkan dengan ketiga jurusan lainnya, maka hal ini tidak berpengaruh atau menghambat penelitian untuk meneliti tentang Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia yang didominasi oleh jurusan Psikologi dengan jumlah 42.1%.

1. Variabel Intensitas Menonton Tayangan Assalamualaikum Cantik

Berikut adalah temuan penelitian yang dilakukan pada mahasiswi FPSB di lingkungan kampus Universitas Islam Indonesia berdasarkan intensitas menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3.1

Persebaran Persentase Responden berdasarkan Intensitas Menonton Tayangan Assalamualaikum Cantik kurang dari setengah jam

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2%
Tidak Setuju	21	22.1 %
Kurang Setuju	42	44.2 %
Setuju	17	17.9 %
Sangat Setuju	11	11.6%
Jumlah	95	100 %

Berdasarkan tabel 3.1 di atas menunjukkan 21 orang responden menjawab tidak setuju (22.1%) mengenai intensitas menonton tayangan kurang dari setengah jam, dan sebanyak 4 orang (4.2%) responden mengungkapkan sangat tidak setuju bahwa mereka menonton tayang program kurang dari setengah jam. Lalu responden menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang (11.6%) responden bahwa intensitas menonton mereka kurang dari setengah jam. Sedangkan responden menjawab setuju sebanyak 17 orang (17.9%) responden. Sisanya 42 orang (44.2%) responden menyatakan netral atau kurang setuju bahwa mereka menonton tayangan Assalamualaikum Cantik kurang dari setengah jam. Artinya sebesar 44.2% responden menyatakan kurang setuju bahwa mereka hanya menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik kurang dari setengah jam.

Tabel. 3.2

Persebaran Persentase Berdasarkan Menonton tayangan Assalamualaikum Cantik sampai selesai

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak Setuju	11	11.6 %
Kurang Setuju	27	28.4 %

Setuju	50	52.6 %
Sangat Setuju	6	6.3 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.2 menunjukkan bahwa responden menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang (6.3%) bahwa mereka menonton tayangan Assalamualaikum Cantik sampai selesai. Lalu sebanyak 50 orang (52.6%) responden menjawab setuju bahwa mereka menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik sampai selesai. Sedangkan responden menjawab netral atau kurang setuju sebanyak 28 orang (28.4%) responden bahwa mereka pernah atau belum pernah menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik sampai selesai. Sementara hanya 11 orang (11.6%) responden menjawab tidak setuju. Hasil ini menunjukkan jumlah sebesar 58.9% bahwa mayoritas responden setuju bahwasanya mereka menonton tayangan Assalamualaikum Cantik sampai selesai.

Tabel. 3.3

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Tertarik dengan pembawa acara program Assalamualikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	0 %
Tidak Setuju	12	12.6%
Kurang Setuju	23	24.2 %
Setuju	52	54.7 %
Sangat Setuju	6	6.3 %
Jumlah	95	100 %

Berdasarkan tabel 3.3 menunjukkan bahwa sebanyak 23 orang (24.2%) dari responden menjawab kurang setuju tertarik dengan pembawa acara program Assalamualaikum Cantik. Sangat setuju sebanyak 6 orang (6.3%) responden bahwa mereka tertarik dengan pembawa acara pada program Assalamualaikum Cantik. Sedangkan mayoritas responden yang menjawab setuju sebanyak 52 orang (54.7%) bahwa mereka tertarik dengan pembawa acara pada program

Assalamualaikum Cantik. Artinya dengan jumlah sebesar 61% mayoritas responden merasa tertarik dengan pembawa acara pada program Assalamualaikum Cantik sehingga responden menjawab setuju.

Table. 3.4

Persebaran Persentase Berdasarkan Tertarik terhadap bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	4	4.2 %
Kurang Setuju	23	24.2 %
Setuju	56	58.9 %
Sangat Setuju	8	8.4 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.4 diatas dapat diketahui bahwa responden menjawab kurang setuju sebanyak 23 orang (24.2%) bahwa mereka kurang tertarik dengan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik. Kemudian sebanyak 8 orang (8.4%) responden menjawab mereka sangat setuju bahwa mereka tertarik dengan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik. Sedangkan mayoritas responden yang menjawab mereka tertarik dengan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik setuju sebanyak 56 orang (58.9%). Artinya dengan jumlah sebesar 67.3% hampir semua responden merasa tertarik dengan adanya bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3.5

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Tertarik dengan konten pada program Assalamualaikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1.1 %
Tidak Setuju	6	6.3 %

Kurang Setuju	13	13.2 %
Setuju	60	63.2 %
Sangat Setuju	15	15.8 %
Jumlah	95	100 %

Berdasarkan hasil pada tabel 3.5 diatas dapat dilihat sebanyak 15 orang (15.8%) responden menjawab sangat setuju saat diminta pendapat mengenai ketertarikan pada konten dalam program Assalamualaikum Cantik. Sedangkan mayoritas responden yang menjawab setuju sebanyak 60 orang (63.2%) mengenai ketertarikan pada konten dalam program Assalamualaikum Cantik. Artinya dengan jumlah sebesar 79% responden menyatakan konten dalam program Assalamualaikum Cantik sudah berhasil membuat ketertarikan atau memuaskan pada audiensnya.

Tabel. 3.6

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Isi tayangan Assalamualaikum Cantik dapat memberi pengetahuan baru

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	7	7.4 %
Kurang Setuju	34	35.8 %
Setuju	46	48.4 %
Sangat Setuju	8	8.4 %
Jumlah	95	100 %

Mayoritas responden yang menjawab setuju yakni sebanyak 46 orang (48.4%) tentang isi tayangan Assalamualaikum Cantik dapat memberi pengetahuan baru. Sedangkan responden yang menjawab 8 orang (8.4%) menyatakan sangat setuju isi tayangan pada program Assalamualaikum Cantik memberi pengetahuan baru. Artinya dengan jumlah sebesar 56.8% responden menatakan isi tayangan program Assalamualaikum Cantik memberi pengetahuan baru pada audiens dalam dunia *fashion* mau pun dunia islami.

Table. 3.7

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Isi tayangan program
Assalamualaikum Cantik Mengesankan

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	7	7.4 %
Kurang Setuju	23	24.2 %
Setuju	50	52.6 %
Sangat Setuju	15	15.8 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.7 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menjawab setuju sebanyak 50 orang (52.6%) tentang isi tayangan program Assalamualaikum Cantik mengesankan. Sedangkan responden menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang (15.8%) mengenai isi tayangan dalam program Assalamualaikum Cantik mengesankan dan sebanyak 23 orang (24.2%) menjawab kurang setuju dengan isi tayangan program Assalamualaikum Cantik itu mengesankan. Artinya dengan jumlah sebesar 68.4% sebagian besar responden menyatakan setuju jika isi tayangan dalam program Assalamualaikum Cantik itu mengesankan para audiensnya.

Tabel. 3. 8

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Tayangan program
Assalamualaikum Cantik memberi inspirasi

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2.1 %
Tidak Setuju	8	8.4 %
Kurang Setuju	31	32.6 %
Setuju	47	49.5 %
Sangat Setuju	7	7.4 %
Jumlah	95	100 %

Pada tabel 3.8 menggambarkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju yakni sebanyak 47 orang (49.5%) responden tentang tayangan program Assalamualaikum Cantik memberi inspirasi. Lalu responden menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang (7.4%) dan kurang setuju bahwa tayangan program Assalamualaikum Cantik memberi inspirasi sebanyak 31 orang (32.6%). Sementara hanya 8 orang (8.4%) responden menyatakan tidak setuju. Artinya dengan jumlah sebesar 56.9% responden menyatakan bahwa tayangan dalam program Assalamualaikum Cantik memberi inspirasi pada audiensnya.

Tabel. 3.9

Persebaran Persentase Responden Berdarakan Pesan yang disampaikan dalam program Assalamualaikum Cantik jelas

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1.1 %
Tidak Setuju	8	8.4 %
Kurang Setuju	24	25.3 %
Setuju	52	54.7 %
Sangat Setuju	10	10.5 %
Jumlah	95	100 %

Pada tabel 3.10 menggambarkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju yakni sebanyak 52 orang (54.7%) responden tentang pesan yang disampaikan dalam program Assalamualaikum Cantik jelas. Lalu responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang (10.5%) tentang pesan yang disampaikan dalam program Assalamualaikum Cantik jelas sementara itu sebanyak 24 orang (25.3%) responden menyatakan kurang setuju jika pesan yang disampaikan dalam program Assalamualaikum Cantik jelas. Artinya dengan jumlah sebesar 65.2% responden menyatakan bahwa pesan yang disampaikan dalam program Assalamualaikum Cantik jelas dengan adanya pernyataan setuju dari para audiensnya.

Tabel 3.10

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pesan yang disampaikan dalam program Assalamualaikum Cantik menarik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	2	2.1 %
Tidak Setuju	19	20 %
Kurang Setuju	26	27.4 %
Setuju	34	35.8 %
Sangat Setuju	14	14.7 %
Jumlah	95	100 %

Mayoritas responden yang menjawab setuju sebanyak 34 orang (35.8%) mengenai pesan yang disampaikan pada tayangan program Assalamualaikum Cantik menarik dan pernyataan sangat setuju sebanyak 14 orang (14.7%) responden. Sedangkan responden yang memilih kurang setuju sebanyak 26 orang (27.4%) menyatakan bahwa pesan yang disampaikan pada tayangan program Assalamualaikum Cantik menarik dan sebanyak 19 orang (20%) responden menyatakan tidak setuju. Sementara sisanya menjawab sangat tidak setuju hanya 2 orang (2.1%) responden tentang pesan pada tayangan program Assalamualaikum Cantik menarik. Artinya dengan jumlah sebesar 50.5% responden menyatakan pesan yang disampaikan pada tayangan program Assalamualaikum Cantik menarik sehingga mayoritas responden menyatakan setuju.

2. Variabel Sikap Berpakaian

Tabel. 3.1

Persebaran Persentase Responden dalam Mengetahui tata cara berpakaian muslimah

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	1	1.1 %

Kurang Setuju	4	4.2 %
Setuju	73	76.8 %
Sangat Setuju	17	17.9 %
Jumlah	95	100 %

Mayoritas responden yang menjawab mengetahui tata cara berpakaian muslimah sebanyak 73 orang (76.8%) menyatakan setuju jika mereka telah mengetahui tata cara berpakaian muslimah. Sedangkan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang (17.9%) responden telah mengetahui tata cara berpakaian muslimah. Sedangkan responden yang menjawab kurang setuju hanya 4 orang (4.2%). Artinya dengan jumlah sebesar 94.7% menyatakan mayoritas responden telah mengetahui tata cara berpakaian muslimah sebelum audiens menonton program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3.2

Persebaran Persentase Responen Berdasarkan mengetahui dalil-dalil yang mendasari cara berpakaian muslimah

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	3	3.2 %
Kurang Setuju	22	23.2 %
Setuju	57	60.0 %
Sangat Setuju	13	13.7 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.2 dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang menjawab setuju sebanyak 57 orang (60%) tentang responden mengetahui dalil-dalil yang mendasari cara berpakaian muslimah dan sebanyak 13 orang (13.7%) responden menyatakan sangat setuju jika mereka mengetahui dalil-dalil yang mendasari cara berpakaian muslimah. Sementara sebanyak 22 orang (23.2%) responden menyatakan netral atau kurang setuju. Artinya dengan jumlah sebesar 73.7%

menyatakan sebagian besar responden telah mengetahui dalil-dalil yang mendasari cara berpakaian muslimah terlihat dari pernyataan responden yang menjawab setuju.

Tabel. 3.3

Persebaran Persentase Responden dalam mengetahui tata cara menggunakan pakaian muslimah yang sesuai syariat

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	0	0 %
Kurang Setuju	7	7.4 %
Setuju	70	73.7 %
Sangat Setuju	18	18.9 %
Jumlah	95	100 %

Berdasarkan hasil temuan penelitian dalam tabel 3.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 70 orang (73.7%) mengenai bahwa mereka mengetahui tata cara menggunakan pakaian muslimah sesuai syariat. Sementara itu responden yang menyatakan sangat setuju yakni sebanyak 18 orang (18.9%) bahwasanya mereka mengetahui tata cara menggunakan pakaian muslimah sesuai syariat. Hal ini mengungkapkan bahwa dengan jumlah sebesar 92.6% menyatakan sebagian besar responden telah mengetahui tata cara berpakaian muslimah sesuai syariat.

Tabel. 3.4

Persebaran Persentase Responden dalam mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian muslimah yang transparan (tembus pandang)

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	1	1.1 %
Kurang Setuju	1	1.1 %

Setuju	50	52.6 %
Sangat Setuju	43	45.3 %
Jumlah	95	100 %

Berdasarkan tabel 3.4 mayoritas responden yang menjawab setuju bahwa mereka telah mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian muslimah yang transparan (tembus pandang) yakni sebanyak 50 orang (52.6%) dan sebanyak 43 orang (45.3%) responden menyatakan sangat setuju jika mereka telah mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian muslimah yang transparan (tembus pandang). Artinya dengan jumlah sebesar 97.9% menyatakan mayoritas responden telah mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian muslimah yang transparan (tembus pandang).

Tabel. 3.5

Persebaran Persentase Responden dalam mengetahui bahwa larangan menggunakan pakaian bermotif dan warna yang mencolok

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	1.1 %
Tidak Setuju	8	8.4 %
Kurang Setuju	23	24.2 %
Setuju	35	36.8 %
Sangat Setuju	28	29.5 %
Jumlah	95	100 %

Bedasarkan tabel 3.5 menunjukkan bahwa sebanyak 35 orang (36.8%) responden menyatakan setuju bahwa mereka telah mengetahui larangan menggunakan pakaian bermotif dan warna yang mencolok, dan sebanyak 28 orang (29.5%) responden menyatakan sangat setuju mengenai adanya larangan menggunakan pakaian bermotif dan warna yang mencolok. Sedangkan yang menjawab netral atau kurang setuju yakni sebanyak 23 orang (24.2%). Artinya dengan jumlah sebesar 66.3% menyatakan sebagian besar responden sangat setuju

dan setuju bahwa mereka mengetahui larangan menggunakan pakaian bermotif dan berwarna mencolok.

Tabel. 3.6

Persebaran Persentase Responden dalam mengetahui bahwa adanya larangan menggunakan pakaian yang menampakan lekuk tubuh (ketat)

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	1	1.1 %
Kurang Setuju	0	0 %
Setuju	45	47.4 %
Sangat Setuju	49	51.6 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.6 mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian yang menampakan lekuk tubuh (ketat) sebanyak 49 orang (51.6%) responden dan sebanyak 45 orang (47.4%) responden menyatakan setuju jika mereka telah mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian yang menampakan lekuk tubuh (ketat). Hasil dari kesimpulan pertanyaan di atas dengan jumlah 99% menyatakan hampir semua responden menyatakan bahwa mereka telah mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian yang menampakan lekuk tubuh (ketat).

Tabel. 3.7

Persentase Persebaran Responden yang mengetahui bahwa adanya larangan menggunakan pakaian yang menyerupai pakaian laki-laki

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	3	3.2 %
Kurang Setuju	6	6.3 %
Setuju	47	49.5 %
Sangat Setuju	39	41.1 %

Jumlah	95	100 %
---------------	-----------	--------------

Dalam tabel 3.7 menunjukkan bahwa sebanyak 47 orang (49.5%) responden menjawab setuju bahwa mereka mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian yang menyerupai pakaian laki-laki begitu juga sebanyak 39 orang (41.1%) responden telah menyatakan sangat setuju apabila mereka mengetahui bahwa adanya larangan menggunakan pakaian yang menyerupai pakaian laki-laki. Sedangkan sebanyak 6 orang (6.3%) responden menyatakan netral atau kurang setuju. Artinya mayoritas responden dengan jumlah sebesar 90.6% menyatakan sangat setuju dan setuju jika mereka mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian yang menyerupai pakaian laki-laki.

Tabel. 3.8

Persentase Persebaran Responden yang lebih percaya diri jika diajak berdiskusi mengenai topik pakaian muslimah

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	0	0 %
Tidak Setuju	1	1.1
Kurang Setuju	32	33.7 %
Setuju	43	45.3 %
Sangat Setuju	19	20.0 %
Jumlah	95	100 %

Dari tabel 3.8 diatas menggambarkan bahwa responden menyatakan netral atau kurang setuju sebanyak 32 orang (33.7%) mengenai tentang mereka lebih percaya diri jika diajak berdiskusi mengenai topik pakaian muslimah. Sedangkan sebanyak 43 orang (45.3%) responden merasa setuju jika mereka diajak berdiskusi mengenai topik pakaian muslimah dan sebanyak 19 orang (20%) responden menjawab sangat setuju bahwa mereka lebih percaya diri jika diajak berdiskusi mengenai topik pakaian muslimah. Jadi sebagian jumlah responden

sebesar 65.3% merasa setuju dan sangat setuju apabila mereka diajak berdiskusi mengenai topik pakaian muslimah.

Tabel. 3.9

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan mereka menjadi lebih percaya diri jika diajak berdiskusi mengenai aturan berpakaian muslimah

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	1	0 %
Tidak Setuju	0	1.1 %
Kurang Setuju	32	33.7 %
Setuju	45	47.4 %
Sangat Setuju	17	17.9 %
Jumlah	95	100 %

Sebagian besar responden telah menjawab setuju yakni sebanyak 45 orang (47.4%) dan sebanyak 17 orang (17.9%) responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka menjadi lebih percaya diri jika diajak berdiskusi mengenai aturan berpakaian muslimah. Sedangkan sebanyak 32 orang (33.7%) responden menyatakan netral atau kurang setuju apabila mereka diajak berdiskusi mengenai aturan berpakaian muslimah. Artinya, dengan jumlah sebesar 65.3% menyatakan bahwa mayoritas responden menyatakan lebih percaya diri jika diajak berdiskusi mengenai aturan berpakaian muslimah terlihat dari jawaban yang lebih dominan memilih setuju dan sangat setuju.

Tabel. 3.10

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Program Assalamualaikum Cantik menambah pengetahuan saya dibidang *fashion* khususnya berpakaian muslimah

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	6	6.3 %
Tidak Setuju	5	5.3 %
Kurang Setuju	26	27.4 %

Setuju	49	51.6 %
Sangat Setuju	9	9.5 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.10 menggambarkan bahwa responden mengetahui dunia *fashion*, ditunjukkan sebesar 49 orang (51.6%) responden menjawab setuju dan sebanyak 9 orang (9.5%) responden menyatakan sangat setuju bahwa program Assalamualaikum Cantik menambah pengetahuan mereka dibidang *fashion* khususnya berpakaian muslimah. Sedangkan sebanyak 26 orang (27.4%) responden menjawab kurang setuju. Hasil tabel diatas menunjukkan dengan jumlah sebesar 61.1% menyatakan bahwa mayoritas responden setuju dan sangat setuju dengan adanya program Assalamualaikum Cantik menambah pengetahuan mereka di bidang *fashion* khususnya berpakaian muslimah.

Tabel. 3.11

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Program Assalamualaikum Cantik menyampaikan informasi mengenai berpakaian muslimah sesuai dengan dalilnya

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	5.3 %
Tidak Setuju	4	4.2 %
Kurang Setuju	37	38.9 %
Setuju	41	43.2 %
Sangat Setuju	8	8.4 %
Jumlah	95	100 %

Dari tabel 3.11 menunjukkan bahwa sebanyak 37 orang (38.9%) responden memilih kurang setuju bahwa program Assalamualaikum Cantik menyampaikan informasi mengenai berpakaian muslimah sesuai dengan dalilnya. Sedangkan sebanyak 41 orang (43.2%) responden menjawab setuju jika program Assalamualaikum Cantik menyampaikan informasi mengenai berpakaian muslimah sesuai dengan dalilnya dan sebanyak 8 orang (8.4%) responden

menyatakan sangat setuju. Artinya dengan jumlah sebesar 51.6% mayoritas responden melihat bahwa program Assalamualaikum Cantik telah memberikan informasi mengenai berpakaian muslimah sudah sesuai dengan dalilnya.

Tabel. 3.12

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan yang merasa senang ketika menonton program Assalamualaikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	8	8.4 %
Tidak Setuju	5	5.3 %
Kurang Setuju	29	30.5 %
Setuju	48	50.5 %
Sangat Setuju	5	5.3 %
Jumlah	95	100 %

Sebanyak 29 orang (30.5%) responden memilih netral atau kurang setuju jika mereka merasa senang ketika menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik. Sementara itu responden sebanyak 48 orang (50.5%) menyatakan setuju bahwa mereka merasa senang ketika menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik dan ditambah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang (5.3%) jika responden merasa senang ketika menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik. Artinya dengan jumlah sebesar 55.8% mayoritas responden merasa senang ketika mereka menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3. 13

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan menjadi semakin yakin menggunakan pakaian muslimah setelah menonton program Assalamualaikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
-----------------	-----------	------------

Sangat Tidak Setuju	9	9.5 %
Tidak Setuju	6	6.3 %
Kurang Setuju	40	42.1 %
Setuju	35	36.8 %
Sangat Setuju	5	5.3 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.13 menunjukkan sebanyak 35 orang (36.8%) menyatakan setuju dan sebanyak 5 orang (5.3%) responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka semakin menggunakan pakaian muslimah setelah menonton program Assalamualaikum Cantik. Sementara itu sebanyak 40 orang (42.1%) responden menjawab kurang setuju jika mereka semakin yakin menggunakan pakaian muslimah setelah menonton program Assalamualaikum Cantik. Dan sisanya sebanyak 9 orang (9.5%) responden sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 6 orang (6.3%) responden. Dari hasil diatas dengan jumlah sebesar 41.2% adanya kesamaan antara jumlah kurang setuju, setuju dan sangat setuju bahwa responden yakin menggunakan pakaian muslimah setelah mereka menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3.14

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Melihat program Assalamualaikum Cantik saya menjadi lebih tahu tata cara berpakaian muslimah sesuai dalil yang ada

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	9	9.5 %
Tidak Setuju	4	4.2 %
Kurang Setuju	28	29.5 %
Setuju	48	50.5 %
Sangat Setuju	6	6.3 %
Jumlah	95	100 %

Berdasarkan tabel 3.14 diatas menunjukkan sebanyak 9 orang (9.5%) responden menyatakan sangat tidak setuju dan sebanyak 4 orang (4.2%) responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka melihat program Assalamualaikum Cantik menjadi lebih tahu tata cara berpakaian muslimah sesuai dalil yang ada. Sedangkan sebanyak 48 orang (50.5%) responden memilih setuju bahwa melihat program Assalamualaikum Cantik mereka menjadi lebih tahu tata cara berpakaian muslimah sesuai dalil yang ada ditambah lagi sebanyak 6 orang (6.3%) responden memilih sangat setuju jika setelah mereka melihat program Assalamualaikum Cantik lebih tahu tata cara berpakaian muslimah sesuai dengan dalil yang ada. Sisanya sebanyak 28 orang (29.5%) responden menyatakan kurang setuju. Hal ini dapat dilihat bahwa dengan jumlah sebesar 56.8% responden memilih setuju melihat program Assalamualaikum Cantik menjadi lebih tahu tata cara berpakaian muslimah sesuai dalil yang ada ditunjukkan dengan pernyataan setuju dan sangat setuju.

Tabel. 3.15

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Setelah mereka menyaksikan program Assalamualaikum Cantik kepercayaan saya dalam menggunakan pakaian muslimah semakain tinggi

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	8	8.4 %
Tidak Setuju	7	7.4 %
Kurang Setuju	30	31.6 %
Setuju	45	47.4 %
Sangat Setuju	5	5.3 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.15 sebanyak 30 orang (31.6%) responden menyatakan kurang setuju. Sementara sebanyak 45 orang (47.4%) responden menyatakan setuju dan sebanyak 5 orang (5.3%) responden menyatakan sangat setuju bahwa setelah menyaksikan program Assalamualaikum Cantik kepercayaan mereka

dalam menggunakan pakaian muslimah semakin tinggi. Dan sisanya hanya 8 orang (8.4%) responden memilih sangat tidak setuju dan sebanyak 7 orang (7.4%) responden menyatakan tidak setuju jika setelah menyaksikan program Assalamualaikum Cantik kepercayaan mereka dalam menggunakan pakaian muslimah semakin tinggi. Artinya dengan jumlah sebesar 52.7% mayoritas responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa setelah mereka menyaksikan program Assalamualaikum Cantik kepercayaan mereka dalam menggunakan pakaian muslimah semakin tinggi.

Tabel. 3 16

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Setelah menyaksikan program Assalamualaikum Cantik saya akan mengenakan pakaian muslimah sesuai syariat islam

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	10	10.5 %
Tidak Setuju	10	10.5 %
Kurang Setuju	35	36.8 %
Setuju	31	32.6 %
Sangat Setuju	9	9.5 %
Jumlah	95	100 %

Dari tabel 3.16 hasil yang ditunjukkan yakni sebanyak 9 orang (9.5%) responden menyatakan sangat setuju setelah menyaksikan program Assalamualaikum Cantik mereka akan mengenakan pakaian muslimah sesuai syariat islam dan begitu juga sebanyak 31 orang (32.6%) responden menyatakan setuju dengan pertanyaan yang sama. Sementara sebanyak 35 orang (36.8%) responden menyatakan kurang setuju jika setelah menyaksikan program Assalamualaikum Cantik mereka akan mengenakan pakaian muslimah sesuai syariat islam. Artinya dengan jumlah sebagian besar 42.1% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka akan mengenakan pakaian muslimah sesuai syariat islam setelah menonton program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3. 17

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Setelah menonton program Assalamualaikum Cantik saya tidak tertarik menggunakan pakaian muslimah yang transparan (ketat)

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	12	12.6 %
Tidak Setuju	5	5.3 %
Kurang Setuju	24	25.3 %
Setuju	47	49.5 %
Sangat Setuju	7	7.4 %
Jumlah	95	100 %

Sebanyak 12 orang (12.6%) responden menjawab sangat tidak setuju dan 5 orang (5.3%) responden menyatakan tidak setuju jika setelah menonton program Assalamualaikum Cantik mereka tidak tertarik menggunakan pakaian muslimah yang transparan (letat). Sementara itu sebanyak 24 Orang (25.3%) responden menyatakan kurang setuju. Sedangkan sebanyak 47 orang (49.5%) responden menjawab setuju dan 7 orang (7.4%) responden menyatakan sangat setuju bahwa setelah menonton program Assalamualaikum Cantik mereka tidak tertarik menggunakan pakaian muslimah yang transparan (ketat). Artinya dengan jumlah sebesar 56.9% mayoritas responden setelah menonton program Assalamualaikum Cantik mereka tidak tertarik menggunakan pakaian muslimah yang transparan (ketat) ditunjukkan dengan responden memilih setuju dan sangat setuju.

3. Variabel Gaya Berpakaian Muslimah Trendi

Tabel. 3. 1

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Model berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik TransTv sopan

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	3	3.2 %
Kurang Setuju	9	9.5 %
Setuju	69	72.6 %
Sangat Setuju	10	10.5 %
Jumlah	95	100 %

Pada taeb1 3.1 menunjukkan sebanyak 9 orang (9.5%) responden menjawab kurang setuju bahwa model berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik Transtv sopan. Sedangkan sebanyak 69 orang (72.6%) responden menyatakan setuju dan sebanyak 10 orang (10.5%) responden yang menyatakan sangat setuju jika model berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik sopan. Artinya dengan jumlah sebesar 83.1% secara keseluruhan responden menyatatakan bahwa model berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik TransTv sopan sehingga audiens menyatakan setuju.

Tabel. 3. 2

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mewah

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	15	15.8 %
Kurang Setuju	37	38.9 %
Setuju	29	30.5 %
Sangat Setuju	10	10.5 %
Jumlah	95	100 %

Sebanyak 15 orang (15.8%) responden menyatakan tidak setuju jika model pakaian pembawa acara dan bintang tamu program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mewah sementara sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4.2%) responden. Sedangkan sebanyak 29 orang (30.5%) responden memilih setuju dan 10 orang (10.5%) responden menyatakan sangat setuju bahwa model pakaian pembawa acara dan bintang tamu program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mewah. Sisanya sebanyak 37 orang (38.9%) responden menyatakan netral atau kurang setuju jika model pakaian pembawa acara dan bintang tamu program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mewah. Artinya dengan jumlah sebesar 41% menyatakan sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan setuju apabila model pakaian pembawa acara dan bintang tamu program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mewah.

Tabel. 3. 3

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak tembus pandang

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	3	3.2 %
Kurang Setuju	7	7.4 %
Setuju	60	63.2 %
Sangat Setuju	21	22.1 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.3 menggambarkan yakni sebanyak 60 orang (63.2%) responden menyatakan setuju bahwa ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak tembus pandang begitu juga sebanyak 21 orang (22.1%) responden memilih sangat setuju jika ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak tembus pandang. Artinya dengan jumlah sebesar 85.3% mayoritas responden

setuju bahwa ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak tembus pandang..

Tabel. 3.4

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam tayangan program Assalamualaikum Cantik tidak mini atau ketat

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	5.3 %
Tidak Setuju	3	3.2 %
Kurang Setuju	6	6.3 %
Setuju	57	60.0 %
Sangat Setuju	24	25.3 %
Jumlah	95	100 %

Pada tabel 3.4 menunjukkan responden yang memilih sangat setuju sebanyak 24 orang (25.3%) dan sebanyak 57 orang (60%) responden menyatakan setuju bahwa ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak mini atau ketat. Dan sisanya memilih kurang setuju sebanyak 6 orang (6.3%) responden. Lalu yang memilih sangat tidak setuju 5 orang (5.3%) dan hanya 3 orang (3.2%) responden menyatakan tidak setuju jika ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak mini atau ketat. Artinya dengan jumlah sebesar 85.3% mayoritas ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak mini atau ketik terbukti responden menyatakan setuju.

Tabel. 3. 5

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Aksesoris pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak ramai

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
-----------------	-----------	------------

Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	18	18.9 %
Kurang Setuju	27	28.4 %
Setuju	38	40.0 %
Sangat Setuju	8	8.4 %
Jumlah	95	100 %

Responden yang menjawab setuju sebanyak 38 orang (40%) bahwa Aksesoris pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak ramai sementara itu sebanyak 8 orang (8.4%) responden menjawab sangat setuju. Sedangkan 27 orang (28.4%) responden menyatakan kurang setuju. Sisanya sebanyak 18 orang (28.4%) responden memilih tidak setuju dan hanya 4 orang (4.2%) responden menyatakan sangat tidak setuju jika aksesoris pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak ramai. Artinya dengan jumlah sebesar 48.4% sebagian besar responden melihat bahwa aksesoris yang dikenakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak ramai.

Tabel. 3.6

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Aksesoris pembawa acara dan bintang tamu pada tayangan program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mahal

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	5.3 %
Tidak Setuju	21	22.1 %
Kurang Setuju	40	42.1 %
Setuju	21	22.1 %
Sangat Setuju	8	8.4 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.6 menunjukkan sebanyak 40 orang (42.1%) responden memilih netral atau kurang setuju bahwa aksesoris pembawa acara dan bintang tamu pada tayangan program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mahal. Sedangkan sebanyak 21 orang (22.1%) responden menyatakan setuju bahwa aksesoris pembawa acara dan bintang tamu pada tayangan program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mewah dan sebanyak 8 orang (8.4%) responden memilih sangat setuju. Lalu 21 orang (22.1%) responden menyatakan tidak setuju jika aksesoris pembawa acara dan bintang tamu pada tayangan program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mahal dan hanya 5 orang (5.3%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Terlihat dari hasil sebesar 42.1% persentasenya bahwa sebagian besar responden kurang setuju jika aksesoris pembawa acara dan bintang tamu pada tayangan program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mewah.

Tabel. 3.7

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak menyerupai pakaian laki-laki

Pilihan Jawaban	Total	Persentase
Sangat Tidak Setuju	6	6.3 %
Tidak Setuju	5	5.3 %
Kurang Setuju	7	7.4 %
Setuju	55	57.9 %
Sangat Setuju	22	23.2 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.7 menyatakan sebanyak 55 orang (57.9%) responden menjawab setuju serta sebanyak 22 orang (23.2%) responden menyatakan sangat setuju jika cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak menyerupai laki-laki. Sementara hanya 6 orang (6.3%) responden menjawab sangat tidak setuju dan 5 orang (5.3%) responden

menyatakan tidak setuju bahwa cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak menyerupai laki-laki. Sisanya sebanyak 7 orang (7.4%) responden menyatakan kurang setuju. Artinya dengan jumlah sebesar 81.1% mayoritas responden melihat bahwa cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu tidak menyerupai pakaian laki-laki.

Tabel. 3.8

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam tayangan program Assalamualaikum Cantik sesuai aturan islam

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	5.3 %
Tidak Setuju	6	6.3 %
Kurang Setuju	24	25.3 %
Setuju	48	50.5 %
Sangat Setuju	12	12.6 %
Jumlah	95	100 %

Dari data tabel 3.8 diatas menyatakan sebanyak 24 orang (25.3%) responden memilih kurang setuju. Sedangkan sebanyak 48 orang (50.5%) responden memilih setuju bahwa Model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam tayangan program Assalamualaikum Cantik sesuai aturan islam ditambah lagi dengan pernyataan sebanyak 12 orang (12.6%) responden jika model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam tayangan program Assalamualaikum Cantik sesuai aturan islam. Artinya dengan jumlah sebesar 63.1% mayoritas audiens atau responden melihat bahwa model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam tayangan program Assalamualaikum Cantik sudah sesuai aturan Islam.

Tabel. 3. 9

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik terlihat modis

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	6	6.3 %
Kurang Setuju	3	3.2 %
Setuju	60	63.2 %
Sangat Setuju	22	23.2 %
Jumlah	95	100 %

Dari tabel 3.9 menunjukkan sebanyak 60 orang (63.2%) responden dan sebanyak 22 orang (23.2%) responden memilih setuju dan sangat setuju bahwa model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik terlihat modis. Artinya dengan jumlah sebesar 86.4% lebih dari setengah responden menyatakan setuju bahwa model yang dikenakan pembawa acara dan bintang tamu dalam tayangan program Assalamualaikum Cantik terlihat modis.

Tabel. 3.10

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mengikuti trend masa kini

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	4	4.2 %
Kurang Setuju	10	10.5 %
Setuju	60	63.2 %
Sangat Setuju	17	17.9 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.10 hanya 10 orang (10.5%) responden memilih kurang setuju. Sementara sebanyak 60 orang (63.2%) responden menyatakan setuju bahwa aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam

program Assalamualaikum Cantik mengikuti trend masa kini dan sebanyak 17 orang (17.9%) responden menyatakan sangat setuju. Sisanya hanya 4 orang (4.2%) responden memilih tidak setuju dan 4 orang (4.2%) responden menyatakan sangat tidak setuju jika aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mengikuti trend masa kini. Artinya dengan jumlah sebesar 81.1% mayoritas responden setuju bahwa aksesoris yang dikenakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mengikuti trend masa kini.

Tabel. 3.11

Persebaran persentase responden Berdasarkan Pertanyaan Cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik sesuai dalam kehidupan sehari-hari.

Dari jawaban pertanyaan responden sebanyak 15 orang (15.8%) responden tidak setuju bahwa cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	15	15.8 %
Kurang Setuju	32	33.7 %
Setuju	40	42.1 %
Sangat Setuju	4	4.2 %
Jumlah	95	100 %

program Assalamualaikum Cantik sesuai dalam kehidupan sehari-hari dan responden memilih sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4.2%). Sementara sebanyak 40 orang (42.1%) responden memilih setuju bahwa cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik sesuai dalam kehidupan sehari-hari dan 4 orang (4.2%) responden menyatakan sangat setuju. Sisanya 32 orang (33.7%) responden menjawab kurang setuju jika cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum

Cantik sesuai dalam kehidupan sehari-hari. Artinya dengan jumlah sebesar 46.3% menyatakan cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik sudah sesuai dalam kehidupan sehari-hari dilihat dari sebagian besar responden menyatakan setuju

Tabel. 3.12

Persebaran Responden Berdasarkan Pertanyaan Model pakaian yang digunakan pada program Assalamualaikum Cantik bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari

Pilihan jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	14	14.7 %
Kurang Setuju	38	40.0 %
Setuju	30	31.6 %
Sangat Setuju	9	9.5 %
Jumlah	95	100 %

Menurut tabel 3.12 responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4.2%) dan sebanyak 14 orang (14.7%) responden menyatakan tidak setuju jika model pakaian pada program Assalamualaikum Cantik bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Lalu sebanyak 38 orang (40.0%) responden menyatakan kurang setuju. Sedangkan sebanyak 9 orang (9.5%) responden memilih sangat setuju bahwa model pakaian pada program Assalamualaikum Cantik bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari begitu juga sebanyak 30 orang (31.6%) responden menyatakan setuju. Artinya dengan jumlah sebesar 41.1% sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa model pakaian pada program Assalamualaikum Cantik bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel. 3.13

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Model pakaian yang digunakan pembawa acara dalam program Assalamualaikum Cantik menjadi trend di pusat-pusat mode

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	3	3.2 %
Kurang Setuju	13	13.7 %
Setuju	61	64.2 %
Sangat Setuju	14	14.7 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3. 13 menunjukkan sebanyak 61 orang (64.2%) responden menyatakan setuju bahwa model pakaian yang digunakan pembawa acara dalam program Assalamualaikum Cantik menjadi trend di pusat-pusat mode dan sebanyak 14 orang (14.7%) responden yang menyatakan sangat setuju. Sementara sebanyak 13 orang (13.7%) responden menjawab netral atau kurang setuju jika model pakaian pembawa acara dalam program Assalamualaikum Cantik menjadi trend di pusat-pusat mode. Artinya dengan jumlah sebesar 78.9% dari hasil tabel diatas mayoritas responden melihat model pakaian pembawa acara dalam program Assalamualaikum Cantik menjadi trend di pusat-pusat mode ditunjukkan dengan banyaknya pernyataan responden setuju dan sangat setuju.

Tabel. 3.14

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Aksesoris yang dipakai dalam program Assalamualaikum Cantik tidak mencolok

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	9	9.5 %
Kurang Setuju	38	40.0 %
Setuju	35	36.8 %

Sangat Setuju	9	9.5 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.14 yang menyatakan setuju Sebanyak 35 orang (40%) responden dan sebanyak 9 orang (9.5%) responden memilih sangat setuju bahwa aksesoris yang dipakai dalam program Assalamualaikum Cantik tidak mencolok. Sedangkan sebanyak 38 orang (40%) responden menyatakan kurang setuju. Sementara sisanya hanya 4 orang (4.2%) responden menjawab sangat tidak setuju dan sebanyak 9 orang (9.5%) responden memilih tidak setuju bahwa aksesoris yang dipakai dalam program Assalamualaikum Cantik tidak mencolok. Artinya dengan jumlah sebesar 46.4% sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa aksesoris yang dipakai dalam program Assalamualaikum Cantik tidak mencolok.

Tabel. 3.15

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mendorong kreatifitas positif pada model pakaian islami

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	4	4.2 %
Tidak Setuju	7	7.4 %
Kurang Setuju	17	17.9 %
Setuju	56	58.9 %
Sangat Setuju	11	11.6 %
Jumlah	95	100 %

Dari tabel 3.15 hasilnya menunjukkan sebanyak 17 orang (17.9%) responden menyatakan kurang setuju. Sementara sebanyak 7 orang (7.4%) responden menyatakan tidak setuju jika aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mendorong kreatifitas positif pada model pakaian islami dan hanya 4 orang (4.2%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Sedangkan sebanyak 56 orang (58.9%) responden

menyatakan setuju dan sebanyak 11 orang (11.6%) responden memilih sangat setuju jika aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mendorong kreatifitas positif pada model pakaian islami. Artinya dengan jumlah sebesar 70.5% mayoritas responden menyatakan setuju bahwa aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mendorong kreatifitas positif pada model pakaian islami.

Tabel. 3.16

Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Pertanyaan Cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mudah ditiru

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	3	3.2 %
Tidak Setuju	9	9.5 %
Kurang Setuju	36	37.9 %
Setuju	39	41.1 %
Sangat Setuju	8	8.4 %
Jumlah	95	100 %

Sebanyak 39 orang (41.1%) responden menyatakan setuju bahwa cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mudah ditiru sementara sebanyak 8 orang (8.4%) responden memilih sangat setuju. Sedangkan sebanyak 36 orang (37.9%) responden memilih kurang setuju jika cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mudah ditiru. Artinya dengan jumlah sebesar 49.5% cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mudah ditiru ditunjukkan mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju.

Tabel. 3.17

Persebaran Persentase Berdasarkan Pertanyaan Saya tertarik untuk meniru cara berpakaian dalam program Assalamualaikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	8	8.4 %
Tidak Setuju	15	15.8 %
Kurang Setuju	28	29.5 %
Setuju	34	35.8 %
Sangat Setuju	10	10.5 %
Jumlah	95	100 %

Dalam tabel 3.15 menggambarkan sebanyak 8 orang (8.4%) responden memilih sangat tidak setuju dan sebanyak 15 orang (15.8%) responden memilih tidak setuju jika mereka tertarik untuk meniru cara berpakaian dalam program Assalamualaikum Cantik. Sedangkan sebanyak 28 orang (29.5%) responden menyatakan kurang setuju. Sementara itu sebanyak 34 orang (35.8%) responden memilih setuju dan sebanyak 10 orang (10.5%) responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka tertarik untuk meniru cara berpakaian dalam program Assalamualaikum Cantik. Artinya dengan jumlah sebesar 46.3% mayoritas responden setuju bahwa mereka tertarik untuk meniru cara berpakaian dalam program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3.18

Persebaran Persentase Berdasarkan Pertanyaan Saya tertarik untuk meniru model pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	5.3 %
Tidak Setuju	12	12.6 %
Kurang Setuju	27	28.4 %
Setuju	35	36.8 %
Sangat Setuju	16	16.8 %

Jumlah	95	100 %
---------------	-----------	--------------

Dari pertanyaan tabel 3.18 diatas menunjukkan sebanyak 35 orang (36.8%) responden menyatakan setuju bahwa mereka tertarik untuk meniru model pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum cantik dan sebanyak 16 orang (16.8%) responden menyatakan sangat setuju. Sementara sebanyak 27 orang (28.4%) responden memilih mereka kurang setuju. Sedangkan sisanya sebanyak 12 orang (12.6%) responden memilih kurang setuju dan hanya 5 orang (5.3%) responden menyatakan sangat tidak setuju jika mereka tertarik untuk meniru model pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik. Artinya dengan jumlah sebesar 53.6% sebagian besar responden menyatakan setuju jika mereka ingin meniru model pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3.19

Persebaran Persentase Responden Berdasrakan Pertanyaan Saya tertarik untuk meniru menggunakan ukuran pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	8	8.4 %
Tidak Setuju	9	9.5 %
Kurang Setuju	33	34.7 %
Setuju	36	37.9 %
Sangat Setuju	9	9.5 %
Jumlah	95	100 %

Dalam Tabel 3.19 menunjukan sebanyak 33 orang (34.7%) responden menyatakan kurang setuju. Sementara sebanyak 36 oraang (37.9%) reesponden memilih setuju bahwa mereka tertarik untuk meniru menggunakan ukuran pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik dan sebanyak 9 orang (9.5%) responden menyatakaan sangat setuju. Sisanya sebanyak 8 orang (8.4%)

responden memilih sangat tidak setuju dan sebanyak 9 orang (9.5%) responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka tertarik untuk meniru menggunakan ukuran pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik. Artinya dengan jumlah sebesar 47.4% sebagian besar responden menjawab setuju bahwa mereka tertarik untuk meniru menggunakan ukuran pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik.

Tabel. 3.20

Persebaran Persentase Berdasarkan Pertanyaan Saya tertarik untuk meniru aksesoris yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik

Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	5.3 %
Tidak Setuju	9	9.5 %
Kurang Setuju	40	42.1 %
Setuju	26	27.4 %
Sangat Setuju	15	15.8 %
Jumlah	95	100 %

Dari tabel 3.20 menunjukkan Sebanyak 40 orang (42.1%) responden menyatakan kurang setuju jika mereka meniru aksesoris yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik. Sedangkan sebanyak 5 orang (5.3%) responden menyatakan sangat tidak setuju dan sebanyak 9 orang (9.5%) responden memilih tidak setuju jika mereka tertarik untuk meniru aksesoris yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik. Sementara itu sebanyak 26 orang (27.4%) responden menjawab setuju dan sebanyak 15 orang (15.8%) responden memilih sangat setuju bahwa mereka tertarik untuk meniru aksesoris yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik. Artinya dengan jumlah sebesar 43.2% sebagian besar responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka merasa tertarik untuk meniru aksesoris yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian mengenai pengaruh dari intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian muslimah trendi pada Kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Data yang digunakan merupakan data primer hasil kuesioner yang disebarakan kepada 95 orang responden yang kesemuanya adalah kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : uji validitas dan reliabilitas, regresi linier berganda, pengujian hipotesis dengan uji t, dan pengujian hipotesis dengan uji F.

A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan berdasarkan analisis item yaitu mengkorelasikan skor setiap item dengan skor variabel (hasil penjumlahan seluruh skor item pertanyaan). Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai signifikan dibawah 5% (0,05). Hasil uji validitas dengan metode *Pearson Correlation* dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Intensitas menonton tayangan	MT1	0,447	0,2017	Valid
	MT2	0,703	0,2017	Valid
	MT3	0,779	0,2017	Valid
	MT4	0,759	0,2017	Valid

	MT5	0,680	0,2017	Valid
	MT6	0,760	0,2017	Valid
	MT7	0,799	0,2017	Valid
	MT8	0,722	0,2017	Valid
	MT9	0,817	0,2017	Valid
	MT10	0,521	0,2017	Valid
Sikap Berpakaian Muslimah	SB1	0,452	0,2017	Valid
	SB2	0,472	0,2017	Valid
	SB3	0,467	0,2017	Valid
	SB4	0,332	0,2017	Valid
	SB5	0,575	0,2017	Valid
	SB6	0,293	0,2017	Valid
	SB7	0,506	0,2017	Valid
	SB8	0,428	0,2017	Valid
	SB9	0,420	0,2017	Valid
	SB10	0,772	0,2017	Valid
	SB11	0,617	0,2017	Valid
	SB12	0,779	0,2017	Valid
	SB13	0,834	0,2017	Valid
	SB14	0,775	0,2017	Valid
	SB15	0,817	0,2017	Valid
	SB16	0,743	0,2017	Valid
		SB17	0,653	0,2017

Lanjutan Tabel 4.1

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Gaya Berpakaian	GB1	0,856	0,2017	Valid
	GB2	0,681	0,2017	Valid

Muslimah	GB3	0,856	0,2017	Valid
	GB4	0,789	0,2017	Valid
	GB5	0,686	0,2017	Valid
	GB6	0,694	0,2017	Valid
	GB7	0,664	0,2017	Valid
	GB8	0,774	0,2017	Valid
	GB9	0,786	0,2017	Valid
	GB10	0,808	0,2017	Valid
	GB11	0,723	0,2017	Valid
	GB12	0,741	0,2017	Valid
	GB13	0,845	0,2017	Valid
	GB14	0,789	0,2017	Valid
	GB15	0,738	0,2017	Valid
	GB16	0,735	0,2017	Valid
	GB17	0,639	0,2017	Valid
	GB18	0,661	0,2017	Valid
	GB19	0,648	0,2017	Valid
	GB20	0,674	0,2017	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, diperoleh nilai r_{hitung} dari semua item kuesioner variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} , sehingga kuesioner dari variabel-variabel penelitian tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing lima dimensi yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai

dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Intensitas menonton tayangan (MT)	0,874	Reliabel
Sikap berpakaian (SB)	0,890	Reliabel
Gaya berpakaian (GB)	0,955	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, diperoleh nilai *Alpha Cronbach* dari semua variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai 0,6. Dengan demikian jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian tersebut reliabel, sehingga kuesioner dari variabel-variabel tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

B. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah analisis untuk mengetahui dalam suatu regresi, variabel dependen dan independen atau keduanya mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah apabila distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dimana pengambilan keputusan adalah dengan melihat angka probabilitas signifikansinya.

Hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,55676563
	Absolute Most Extreme Differences	,148
Positive		,061
	Negative	-,148
Kolmogorov-Smirnov Z		1,838
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

Hasil uji *One Sampel Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan *Unstandardized Residual* sebesar 0,072. Dikarenakan memiliki nilai signifikan *Unstandardized Residual* lebih besar dari signifikan 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki random data yang berdistribusi normal.

2. Uji linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan linier atau tidak dan merupakan syarat

digunakannya analisis regresi linier. Kriteria yang diterapkan untuk menyatakan kelinieran adalah nilai F yang diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan nilai F tabel dengan taraf signifikansi 5%, jika F hitung lebih kecil atau sama dengan F tabel maka hubungan variabel linier. Rangkuman hasil uji linieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Linieritas

Hubungan Variabel	DF	F_{tabel}	F_{hitung}	Keterangan
Hubungan intensitas menonton tayangan terhadap gaya berpakaian muslimah	22	4,301	2,367	Linier
Hubungan sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian muslimah	32	4,149	3,789	Linier

Sumber : Hasil olah data, 2014.

Hasil uji linieritas menunjukkan nilai F_{hitung} dari kedua hubungan antara intensitas menonton tayangan dan sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian muslimah lebih kecil dari nilai F_{tabel} . Dikarenakan nilai F_{hitung} yang diperoleh lebih kecil dari nilai F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara intensitas menonton tayangan dan sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian muslimah adalah linier.

3. Hasil Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi ganda pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *pearson product Moment*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara ketiga variabel yaitu X1, X2 dan Y. Analisis korelasi ganda penelitian ini akan dipaparkan dalam Tabel 4.5

Tabel 4.5
Hubungan antara Menonton Tayangan (X1) dengan Gaya Berpakaian (Y)

Correlations

		Menonton Tayangan X1	Gaya Berpakaian Y
Menonton Tayangan X1	Pearson Correlation	1	,435**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	95	95
Gaya Berpakaian Y	Pearson Correlation	,435**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.6

Hubungan antara Sikap Berpakaian (X2) dengan Gaya Berpakaian (Y)

Correlations

		Sikap Berpakaian X2	Gaya Berpakaian Y
Sikap Berpakaian X2	Pearson Correlation	1	,579**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	95	95
Gaya Berpakaian Y	Pearson Correlation	,579**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari output dalam tabel 4.5 dan 4.6 dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan liner positif antara variabel X_1 dengan variabel Y dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,435. Begitu pula untuk variabel X_2 terdapat hubungan liner positif dengan variabel Y, yaitu sebesar 0,579. Karena jumlah responden (N) = 95, maka derajat bebasnya (df) = $N-2=95-2 = 93$. Dengan demikian didapatlah nilai $r_{tabel} = 0,202$ (pada tingkat signifikan $\alpha = 5\% = 0,05$).

Berdasarkan hasil dari analisis diperoleh data r_{hitung} untuk variabel X_1 terhadap Y sebesar $0,435 > r_{tabel} 0,202$ maka kesimpulannya adalah ditolak H_0 yang artinya adanya korelasi antara Intensitas menonton tayangan Assalamualaikum Cantik dengan Gaya Berpakaian Muslimah Trendi. Sedangkan untuk analisis data r_{hitung} untuk X_2 terhadap Y sebesar $0,579 > r_{tabel} 0,202$ maka dapat kesimpulannya adalah tolak H_0 yang artinya adanya korelasi antara sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian muslimah trendi.

4. Hasil Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah terhadap variabel dependen dalam hal ini adalah gaya berpakaian muslimah trendi. Hasil analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 21.00 dapat ditunjukkan seperti pada Tabel 4.5 sebagai berikut

Tabel 4.5
Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sign. t	Keterangan
Konstanta	-0,013			

Intensitas menonton tayangan	0,298	3,776	0,006	Signifikan
Sikap berpakaian muslimah	0,667	4,584	0,000	Signifikan
Adjuste R Square = 0,374				
F hitung = 29,122				
Signifikan F = 0,000				

Sumber : Data Primer Diolah, 2016.

Pada Tabel 4.5 di atas, hasil perhitungan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,013 + 0,298MT + 0,667SB$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar -0,013 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah yang mempengaruhi gaya berpakaian muslimah trendi maka nilai gaya berpakaian muslimah trendi di kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia adalah sebesar 0,013.

b. Koefisien intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik”

Pada variabel intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” mempunyai koefisien regresi yang positif dan signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,298, sehingga apabila intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” makin tinggi, maka gaya berpakaian muslimah trendi juga makin tinggi.

c. Koefisien sikap berpakaian muslimah

Pada variabel sikap berpakaian muslimah mempunyai koefisien regresi yang positif dan signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi, dengan nilai

koefisien regresi sebesar 0,667, sehingga apabila sikap berpakaian muslimah positif, maka gaya berpakaian muslimah trendi juga makin tinggi.

5. Hasil Uji T

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah secara parsial terhadap gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Untuk melakukan pengujian ini digunakan uji t. Dengan membandingkan nilai signifikan t_{hitung} dengan signifikan 0,05. Berdasarkan Tabel 4.5, maka hasil dari uji t dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Pengujian pengaruh intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” terhadap gaya berpakaian muslimah trendi

Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai signifikansi 0,006. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau $(0,006 < 0,05)$ artinya pada variabel intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi. Berdasarkan pengujian ini maka hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh signifikan intensitas menonton program religi Islami “Assalamualikum Cantik” di trans TV terhadap gaya berpakaian pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia terbukti atau dapat diterima.

- b. Pengujian pengaruh sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian muslimah trendi

Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau $(0,000 < 0,05)$ artinya pada variabel sikap berpakaian muslimah secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi. Berdasarkan pengujian ini maka hipotesis kedua yang menyatakan ada pengaruh signifikan sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia terbukti atau dapat diterima.

6. Hasil Uji F

Uji hipotesis ini untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas /*independen* secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat/*dependen*. Berdasarkan Tabel 4.5 diperoleh nilai signifikan F_{hitung} sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi. Berdasarkan pengujian ini, maka hipotesis ketiga yang menyatakan ada pengaruh signifikan intensitas menonton program religi Islami “Assalamualaikum Cantik” di trans TV dan sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia terbukti atau dapat diterima.

7. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan besarnya nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,374. Hal ini berarti 37,4% variasi perubahan gaya berpakaian muslimah trendi kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah, sedangkan sisanya sebesar 62,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” (X_1) terhadap gaya berpakaian muslimah trendi (Y) pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia

Hasil koefisien regresi intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” (X_1) pada tabel 4.5 menunjukkan hasil sebesar 0,298. Artinya dapat disimpulkan bahwa intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” (X_1) memiliki kontribusi yang positif terhadap gaya berpakaian muslimah trendi (Y). Hal ini dapat disimpulkan bahwa makin seringnya responden dalam menonton tayangan program religi Islam

“Assalamualaikum Cantik” di Trans TV menyebabkan perilaku mereka dalam gaya pakaian muslimah cenderung mengikuti apa yang telah dilihatnya.

Hal ini didukung dari hasil jawaban-jawaban responden pada kuesioner Intensitas Menonton Tayangan Program Religi “Assalamualaikum Cantik” di TransTv ditunjukkan Seperti item pertanyaan pada koesioner nomor 6 dengan persentase sebanyak 56,8% tentang isi tayangan program assalamualikum cantik dapat memberi pengetahuan baru mendapatkan penilaian tertinggi dari responden lalu diikuti dengan pertanyaan pada koesioner nomor 8 diperoleh persentase sebanyak 56,9% bahwa tayangan program Assalamualaikum Cantik memberi inspirasi bagi para pemirsanya, hal ini dapat di simpulan dari pengujian data yang telah dilakukan adalah bahwa intensitas menonton tayangan program religi “Assalamualaikum Cantik” di TransTv yang dilakukan oleh responden atau kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia sudah tinggi yang mendorong mereka untuk mengikuti apa yang telah mereka lihat dan disampaikan oleh tayangan program tersebut. Intensitas menonton pada tayangan program religi “Assalamualaikum Cantik” di TransTv akan bertambah menjadi sangat baik apabila pesan yang disampaikan dalam program Assalamualaikum Cantik dapat diterima mereka.

Lebih lanjut, pada penelitian ini ditemukan bukti bahwa intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” terbukti mempengaruhi secara signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi di dukung dengan jawaban responden pada pertanyaan dalam koesioner nomor 2 di peroleh persentase nilai sebanyak 58,9% bahwa menonton tayangan Assalamualaikum Cantik sampai selesai, Hal ini menjelaskan bahwa intensitas menonton di media televisi dapat mempengaruhi para penontonnya, apa yang di putar di layar kaca dapat di pandang sebagai sebuah hal yang nyata di dalam kehidupan sehari-hari dan biasanya seseorang mengaplikasikan apa yang mereka lihat di televisi dalam kehidupan nyata dalam waktu lama. Keberadaan penonton dalam menonton tayangan yang ada memberikan stimulus tersendiri bagi seseorang tersebut dalam memperkirakan antara pesan dan reaksi kepada komunikasi. Seperti yang disampaikan oleh Wiryanto (2004) dalam Model

Stimulus-Respon yang mengasumsikan bahwa perilaku individu karena kekuatan stimulus yang datang dari luar dirinya, bukan atas dasar motif dan sikap yang dimiliki. Model ini menjelaskan bahwa 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).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saiful Al Farisin Hasibuan (2015) yang menyimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas menonton mahasiswi maka semakin tinggi kemungkinan perubahan perilaku memakai jilbab mahasiwi. Dan Putri Hariyanti Wulandari (2011) yang menyatakan terdapat pengaruh antara intenistas menonton tayangan sinetron go go grils terhadap gaya berbicara siswi SMA GAMA dan SMA Bhineka Tunggal Ika Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat dinyatakan bahwa siaran televisi sangat komunikatif dalam memberikan pesan-pesannya. 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. Seperti dikatakan oleh Gerbner dan Burton (dalam skripsi Lesdhy Saulita Ekawati, 2012: 17-18), mengungkapkan bahwa pada dasarnya penonton televisi salah satunya memiliki tipe *heavy viewers* (pecandu fanatik) adalah mereka yang menonton televisi lebih dari empat jam setiap harinya, ditunjukkan dengan jawaban-jawaban responden pada kuesioner nomor dua responden menonton program Assalamualaikum Cantik sampai selesai yang sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa mereka menonton acara tersebut hingga selesai. Penonton jenis ini efek yang akan ditimbulkan atau biasanya terlihat berperilaku sama dengan pesan yang ada di televisi. Seperti dalam teori kultivasi memiliki efek memberikan kesan bahwa televisi mempunyai dampak yang sangat kuat pada diri individu. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa media televisi dapat mempengaruhi para penontonya, biasanya apa yang di putar di layar kaca dapat di pandang sebagai sebuah hal yang nyata di dalam kehidupan sehari-hari dan biasanya seseorang mengaplikasikan apa yang mereka lihat di televisi dalam kehidupan nyata dalam waktu lama.

2. Pengaruh sikap berpakaian muslimah terhadap gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia

Hasil koefisien regresi sikap berpakaian muslimah (X_2) pada tabel 4.5 menunjukkan hasil sebesar 0,667 atau dengan persentasen sebanyak 66,7%. Artinya dapat disimpulkan bahwa sikap berpakaian muslimah (X_2) memiliki kontribusi yang positif terhadap gaya berpakaian muslimah trendi (Y). Hal ini dapat disimpulkan bahwa makin positifnya responden dalam mempersepsikan sikap dalam berpakaian muslimah akan menyebabkan tingginya gaya berpakaian muslimah trendi, terlebih dikalangan remaja wanita seperti para mahasiswi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Hal ini juga dapat dikaitkan dengan pertanyaan-pertanyaan kuesioner responden pada sikap berpakaian muslimah yang termasuk dalam kategori tinggi. Dengan ditunjukan pertanyaan pada koesioner nomor 1 bahwa responden mengetahui tata cara berpakaian muslimah diperoleh persentase sebanyak 94.7%, atau pertanyaan koesioner nomor 2 dapat dikatakan bahwa responden mengetahui dalil-dalil yang mendari cara berpakaian muslimah dengan perolehan persentase sebanyak 73.7%. Dan responden telah mengetahui tata cara menggunakan pakaian muslimah yang sesuai syariat beserta larangan-larangan dalam berpakaian pada pertanyaan nomor 3 dengan persentase sangat tinggi sebanyak 92.6%, seperti yang ditunjukkan dalam penilaian konsumen bahwa responden mengetahui bahwa adanya larangan menggunakan pakaian yang menampakan lekuk tubuh (ketat) mendapatkan penilaian tertinggi pada pertanyaan nomor 6 dengan persentase sebanyak 99%, kemudian diikuti dengan pertanyaan kuesioner pada nomor 4 bahwa rseponden mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian muslimah yang transparan (tembus pandang) diperoleh persentase sebanyak 97.9%. Dan secara keseluruhan hasil jawaban-jawaban responden pada kuesioner sikap berpakaian muslimah menunjukkan dalam kategori tinggi.

Hal ini menunjukkan responden memiliki sikap positif terhadap acara tayangan program religi “Assalamualaikum Cantik“ di TransTv, dengan adanya acara tayangan ini responden dapat menerima atas pesan yang disampaikan dan sebagai bukti sikap positifnya, hal ini ditunjukan pada pertanyaan koesioner

nomor 10 bahwa Program Assalamualaikum Cantik menambah pengetahuan dibidang *fashion* khususnya berpakaian muslimah dengan persentase sebanyak 61.1% serta ditunjukkan pertanyaan koesioner pada nomor 12 bahwa responden merasa senang ketika menonton program Assalamualaikum Cantik dengan persentase sebanyak 55.8%. selanjutnya dengan pertanyaan nomor 17 bahwa Setelah menonton program Assalamualaikum Cantik responden tidak tertarik menggunakan pakaian muslimah yang transparan (ketat) diperoleh persentase nilai sebanyak 56.9% secara tidak langsung responden mau meniru atau melakukan apa yang disampaikan dalam tayangan program tersebut. Dengan sikap positif tersebut tentunya menjadikan dorongan tersendiri bagi mereka dalam mengikuti gaya berpakaian muslimah trendi khususnya pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia.

Dan pada penelitian ini secara parsial menunjukkan sikap berpakaian muslimah terbukti mempengaruhi secara signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi. Hal ini menjelaskan bahwa sikap berpakaian muslimah menjadi faktor pendorong dalam diri seseorang untuk mengikuti trend yang ada. Seorang yang bersikap positif atas tindakannya dalam berpakaian muslimah, menjadikan mereka untuk meniru terhadap apa yang sudah dilihatnya dalam hal ini gaya berpakaian muslimah trendi yang ditayangkan oleh stasiun Trans TV. Responden perilakunya dalam berpakaian akan cenderung serupa dengan yang dilihatnya. Seperti yang disampaikan dalam (English dan English, 1958) yang menyatakan bahwa sebuah kecenderungan yang bertahan lama, dipelajari untuk berperilaku dengan konsisten terhadap sekelompok objek. Lalu teori persuasi (sikap) menyatakan 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).

Dan pernyataan Klapper dalam Littlejohn (2009: 423), yang menyatakan komunikasi massa tidak langsung menyebabkan pengaruh pada audiens, tetapi termediasi oleh variabel-variabel lain. jadi, media adalah salah satu alasan pendukung. Kemudian hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Sudjiwanati (2013) yang menyatakan 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.

Gebner berpendapat bahwa media massa menanamkan sikap dan nilai tertentu. Lalu kemudian media memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai antar anggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi akan memiliki kecenderenguna 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 refleski kejadian sehari-hari di sekitar kita, tetapi dunia itu sendiri (Nurdin, 2007:170).

Dari penelitian ini, maka dapat dinyatakan bahwa sikap sebagai suatu cara “pandangan” terhadap sesuatu (Murphy, dan Newcomb,1937), mampu mengubah perilaku dan tindakan mereka atas sesuatu stimulus yang datang dari media massa dan kemudian si penerima merespon dan menanggapi. Menurut (Wiryanto,2004:13:15), Model Stimulus-Respon mengasumsikan bahwa perilaku individu karena kekuatan stimulus yang datang dari luar dirinya, bukan atas dasar motif dan sikap yang dimiliki. Dengan demikian efek yang ditimbulkan adalah bagaimana reaksi terhadap stimulus sehingga seseorang dapat memperkirakan antara pesan dan reaksi kepada komunikan.

3. Pengaruh intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah secara bersama-sama terhadap gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah secara bersama-sama terhadap gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas

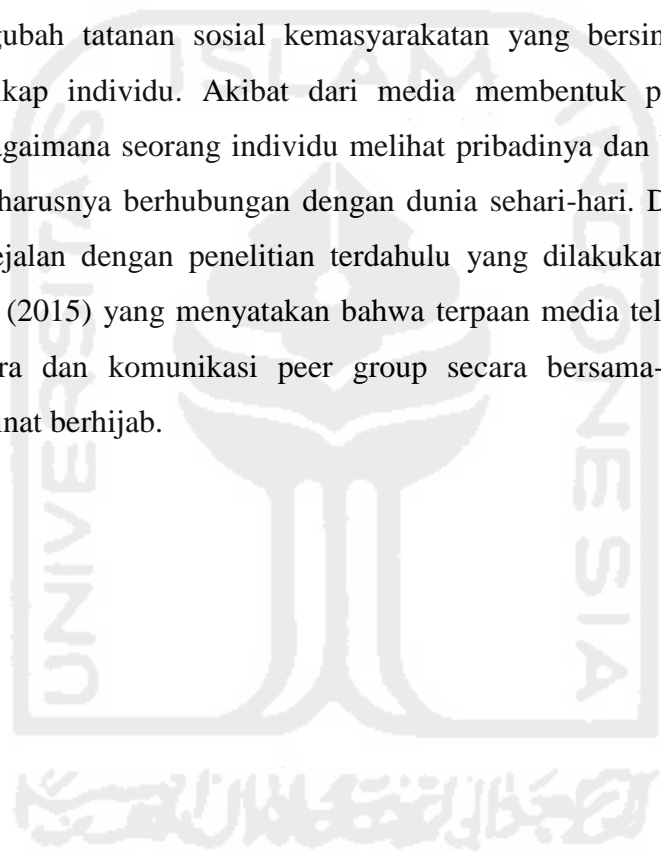
Islam Indonesia. Hal ini berarti intensitas menonton tayangan dan sikap berpakaian muslimah mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Di dukung dengan pertanyaan-pertanyaan pada koesioner serta jawaban-jawaban pada kuesioner nomor 17 bahwa responden tertarik untuk meniru cara berpakaian dalam program Assalamualaikum Cantik dengan perolehan persentase sebanyak 46.3%, lalu responden tertarik untuk meniru model pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik pada nomor 18 diperoleh persentase sebanyak 53.6%. selanjutnya pertanyaan pada nomor 19 responden tertarik untuk meniru menggunakan ukuran pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik persentase sebanyak 47.4% dan pada pertanyaan nomor 20 bahwa responden tertarik untuk meniru aksesoris yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik dengan persentase sebanyak 43.2% secara keseluruhan hasil jawaban-jawaban responden pada kuesioner gaya berpakaian muslimah trendi menunjukkan dalam kategori tinggi.

Seperti yang dikatakan pada teori modeling, seseorang tidak harus sepenuhnya meniru dan mencontoh perilaku dari orang-orang apa yang mereka lihat (media massa). Lalu Menurut Bandura, perlakuan seseorang adalah hasil interaksi faktor dalam diri (kognitif) dan persekitaran. melalui media televisi, orang meniru perilaku idola mereka. Sperti dalam pertanyaan koesioner nomor 16 Cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mudah ditiru mendapatkan penilaian persentase sebesar 49,5%. Hal ini tentu Teori peniruan menekankan bahwa media massa begitu berperan dalam menyebarkan mode berpakaian, berbicara, atau berperilaku tertentu lainnya. Dipertegas lagi dengan pernyataan 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.

Dengan demikian, keberadaan dari media sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan komunikasi kepada khalayak memiliki peran yang sangat penting dalam penanaman nilai-nilai terhadap audience. Kecanggihan teknologi dan perkembangan media komunikasi secara tidak sadar telah mengubah tatanan sosial kemasyarakatan yang bersinggungan langsung terhadap sikap individu. Akibat dari media membentuk pandangan individu terhadap bagaimana seorang individu melihat pribadinya dan bagaimana seorang individu seharusnya berhubungan dengan dunia sehari-hari. Dan hasil penelitian ini telah sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Noor Arief (2015) yang menyatakan bahwa terpaan media televisi gaya berhijab dewi Sandra dan komunikasi peer group secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berhijab.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu;

1. Pada variabel intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” mempunyai koefisien regresi yang positif dan signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi, dengan diperoleh nilai sebesar 29,8%, sisanya sebesar 70.2% dipengaruhi oleh faktor lain. hal ini menunjukkan apabila intensitas menonton tayangan program religi “Assalamualaikum Cantik” makin tinggi, maka gaya berpakaian muslimah trendi juga makin tinggi.
2. Pada variabel sikap berpakaian muslimah mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap gaya berpakaian muslimah trendi, di peroleh dengan nilai sebesar 66,7%, sisanya sebesar 33.3% dipengaruhi oleh faktor lain. hal ini menunjukkan apabila sikap berpakaian muslimah positif, maka gaya berpakaian muslimah trendi juga makin tinggi.
3. Perubahan gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari intensitas menonton tayangan program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah diperoleh sebesar 37,4%, sedangkan sisanya sebesar 62,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perubahan gaya berpakaian muslimah trendi pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Indonesia dipengaruhi oleh variasi dari intensitas tayangan program religi islam “Assalamualaikum Cantik” dan sikap berpakaian muslimah cukup rendah dibandingkan dengan pengaruh oleh variabel lainnya.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Dikarenakan masih terdapat beberapa keterbatasan antara lain:

1. Saat penyebaran kuesioner peneliti harus memilih atau menentukan responden setidaknya responden sudah mengetahui atau pernah menonton program acara Assalamualaikum Cantik. Hal ini menyebabkan adanya kesulitan tersendiri dikarenakan tidak semua responden yang diteliti mengetahui program acara Assalamualaikum Cantik.
2. Sulitnya peneliti dalam mengumpulkan data dikarenakan harus mengetahui serta menyesuaikan mahasiswi masuk atau keluar jam responden kuliah.
3. Objek penelitian yang diambil oleh peneliti hanya sebatas pada satu fakultas saja yakni Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya yang hanya terbagi dalam empat jurusan : Psikologi, Ilmu Komunikasi, Bahasa Inggris dan Hubungan Internasional saja sehingga masih sangat mungkin dikembangkan lebih lanjut lagi.
4. Kurangnya pengetahuan peneliti dalam ilmu statistika, sehingga peneliti merasa kesulitan untuk menghitung hasil temuan penelitian dengan menggunakan program SPSS. Karena peneliti tidak mendapatkan mata kuliah statistika.

C. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Sehubungan dengan hasil penelitian ini, maka pihak Trans TV sebagai stasiun TV yang menayangkan acara program religi Islam “Assalamualaikum Cantik” untuk meningkatkan kualitas acaranya, misalnya dengan menambahkan durasi tayangan dan pemakaian selebriti sebagai endosernya yang mampu mempengaruhi audience atas tujuan dari tayangan program acara tersebut.
2. Sebaiknya dalam mengikuti gaya berpakaian dilakukan pemilihan yang tepat pada busana yang akan digunakan, jika pemilihan dilakukan secara tepat diharapkan mampu mengkomunikasikan seseorang tersebut secara baik dikhalayak umum atas pekaian yang mereka kenakan.
3. Selanjutnya kalangan mahasiswi dalam menggunakan gaya berpakaian tidak berlebihan, dikarenakan jika berlebihan dan tidak menyesuaikan dengan

keadaannya dikhawatirkan akan menjadi beban tersendiri dan akan mengganggu mereka dalam berkomunikasi.



Daftar pustaka

Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.

Barnard, Molcolm. *Fashion sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, terj. Ldi Subandy dan Yosol Iriantara. Yogyakarta: Jalasutra, 1996.

Darmanto. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.

Effendi, Uchjana Onong, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.

Littlejohn W. Stephen. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.

Nurdin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.

Rianto Puji, et.al. *Panduan Riset Khalayak*. Yogyakarta: PKMBP dan Puslitbangdiklat LPP RRI, 2011.

Sunarto. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Amus Yogyakarta dan Aditya Media Yogyakarta, 2006.

Qashir, Fada, Abdul Razak, *Wanita muslimah (antara syariat islam dan budaya barat)*, cet ke-1 Yogyakarta: Darussalam, 2004.

Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004

Sudjiwanati. (2013). "Motivasi Berjilbab Pada Gaya Hidup Anak Remaja Islami," *Jurnal Psikologi*, vol. 01 No.02, 629-639.

Hasibuan, Al Farisin Saiful. "*Pengaruh Menonton Model Jilbab Dalam Iklan Kosmetik Muslimah Wardah Terhadap Perilaku Memakai Jilbab Mahasiwi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.*" Skripsi Tesis, Fakultas Dakwah Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, 2015

Astrila, Gina. "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pada Produk Kosmetik." Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2014.

Arif, Noor Muhammad. "Pengaruh Terpaan Media Televisi dan Komunikasi Peer Group Terhadap Minat Berhijab Gaya Dewi Sandra Pada Mahasiswa DII FE UII Yogyakarta." Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2015

Wulandari, Suci Putri. "Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Sinetron Remaja "GO GO GIRLS" Trans Tv Terhadap Gaya Bicara dan Gaya Berpakaian Siswi SMA Swasta Yogyakarta." Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2012

Sumber Internet

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

"Assalamualaikum Cantik Trans TV." <http://acaraterbaru.com/tv/assalamualaikum-cantik-trans-tv>, akses 14 April 2015)
<http://kamusbahasaindonesia.org/intensitas> (Akses, 20 mei 2015)

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

<http://fpscs.uii.ac.id/> akses, 15 Januari 2016)

https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Islam_Indonesia akses 15 januari 2016)

Ade Rahmayani Siregar. ”*Teori Albert Bandura (Modeling)*

“<http://12008ars.blogspot.co.id/2013/06/teori-albert-bandura-modeling.html>

(akses 2 desmber 2015)

Pprogram Baru TransTV Di Bulan November 2014

[http://www.jadwaltv.net/artikel/9325/program-baru-transtv-di-bulan-november-](http://www.jadwaltv.net/artikel/9325/program-baru-transtv-di-bulan-november-2014.html)

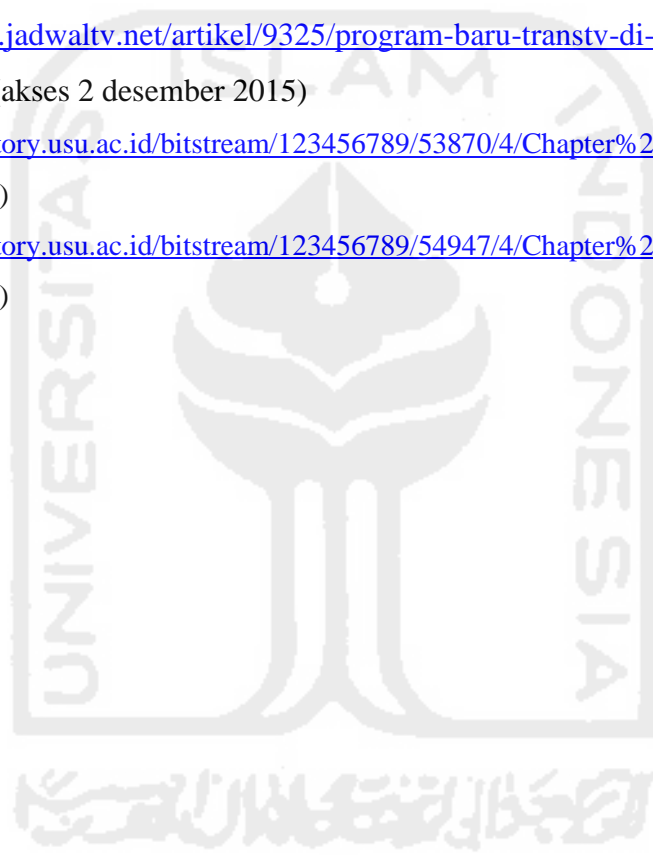
[2014.html](http://www.jadwaltv.net/artikel/9325/program-baru-transtv-di-bulan-november-2014.html) (akses 2 desember 2015)

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/53870/4/Chapter%20II.pdf> (akses 5

januari 2016)

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/54947/4/Chapter%20II.pdf> (akses 5

januari 2016)





LAMPIRAN

Kuesioner

JUDUL: Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi Islam “Assalamualaikum Cantik” Di TransTV dan Sikap Berpakaian Muslimah Terhadap Gaya Berpakaian MuslimahTrendi Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia

Silahkan mengisi data dibawah ini:

Nama :

Usia :

Fak/Jurusan :

Beri tanggapan tentang kondisi anda yang sesuai dengan pengalaman anda selama ini. Beri tanda (X) pada pilihan jawaban yang sudah disiapkan.

Petunjuk :

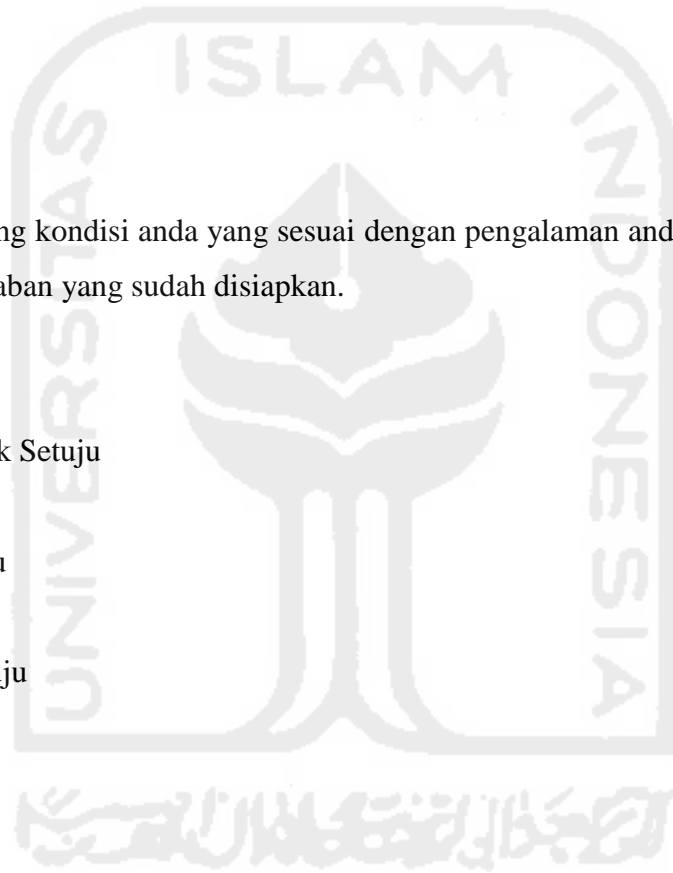
STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju



A. Pengaruh Intensitas Menonton tayangan Program Assalamualaikum Cantik

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya menonton tayangan program Assalamualaikum Cantik kurang dari setengah jam					
2	Saya menonton tayangan program Assalamualikum Cantik sampai selesai					
3	Saya tertarik dengan pembawa acara dalam program Assalamualaikum Cantik					
4	Saya tertarik terhadap bintang tamu dalam program program Assalamualaikum Cantik					
5	Saya tertarik dengan konten program Assalamualaikum Cantik					
6	Isi tayangan program assalamualikum cantik dapat memberi pengetahuan baru					
7	Isi tayangan program Assalamualaikum Cantik mengesankan					
8	Tayangan program Assalamualaikum Cantik memberi inspirasi					
9	Pesan yang disampaikan dalam program Assalamualaikum Cantik jelas					
10	Pesan yang disampaikan dalam program assalamualaikum cantik menarik					

B. SikapBerpakaian

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya mengetahui tata cara berpakaian muslimah					
2	Saya mengetahui dalil-dalil yang mendasari cara berpakaian muslimah					
3	Saya mengetahui tata cara menggunakan pakaian muslimah yang sesuai syariat					
4	Saya mengetahui adanya larangan menggunakan pakaian muslimah yang transparan (tembus pandang)					
5	Saya mengetahui bahwalarangan menggunakan pakaian bermotif dan warna yang mencolok					
6	Saya mengetahui bahwa adanya larangan menggunakan pakaian yang menampilkan lekuk tubuh (ketat)					
7	Saya mengetahui bahwa adanya larangan menggunakan pakaian yang menyerupai pakaian laki-laki					
8	Saya menjadi lebih percaya diri jika diajak berdiskusi mengenai topik pakaian muslimah					
9	Saya menjadi lebih percaya diri jika diajak berdiskusi mengenai aturan berpakaian muslimah					
10	Program assalamualaikum cantik menambah pengetahuan saya dibidang <i>fashion</i> khususnya berpakaian muslimah					
11	Program Assalamualikum Cantik menyampaikan informasi mengenai berpakaian muslimah sesuai dengan dalilnya					
12	Saya senang ketika menonton program assalamualaikum cantik					
13	Saya menja disemakin yakin menggunakan pakaian muslimah setelah menonton program assalamualaikum cantik					

14	Melihat program Assalamualaikm Cantik saya menjadi lebih tahu tata cara berpakaian muslimah sesuai dalil yang ada					
15	Setelah saya menyaksikan program Assalamualaikum Cantik kepercayaan saya dalam menggunakan pakaian muslimah semakain tinggi					
16	Setelah menyaksikan program assalamualaikum cantik say akan mengenakan pakaian muslimah sesuai syariat islam					
17	Setelah menonton program assalamualikum cantik saya tidak tertarik menggunakan pakaian muslimah yang transparan (ketat)					

C. Gaya BerpakaianMuslimahTrendi

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Model berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualikum Cantik Trans Tvsopan					
2	Model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mewah					
3	Ukuran pakaian pembawa acara dan bintangt amu dalam program Assalamualaikum Cantik tidakt embus pandang					
4	Ukuran pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam tayangan program Assalamualaikum Cantik tidak mini atau ketat					
5	Aksesoris pembawa acaradan bintang tamu dalam program Assalualaikum Cantik tidak ramai					
6	Aksesoris pembawa acara dan bintang tamu pada					

	tayangan program Assalamualaikum Cantik tidak terlihat mahal					
7	Cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik tidak menyerupai pakaian laki-laki					
8	Model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam tayangan program Assalamualaikum Cantik sesuai aturan islam					
9	Model pakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik terlihat tmodis					
10	Aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mengikuti trend masakini					
11	Cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik sesuai dalam kehidupan sehari-hari					
12	Model pakaian yang digunakan pada program assalamualaikum cantik bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari					
13	Model pakaian yang digunakan pembawa acara dalam program Assalamualaikum Cantik menjadi trend di pusat-pusat mode					
14	Aksesoris yang dipakai dalam program Assalamualaikum Cantik tidak mencolok					
15	Aksesoris yang digunakan oleh pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mendorong kreatifitas positif pada model pakaian islami					
16	Cara berpakaian pembawa acara dan bintang tamu dalam program Assalamualaikum Cantik mudah ditiru					

17	Saya tertarik untuk meniru cara berpakaian dalam program assalamualaikum cantik					
18	Saya tertarik untuk meniru model pakaian yang digunakan dalam program assalamualaikum cantik					
19	Saya tertarik untuk meniru menggunakan ukuran pakaian yang digunakan dalam program assalamualaikum cantik					
20	Saya tertarik untuk meniru aksesoris yang digunakan dalam program assalamualaikum cantik					

**TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI ANDA UNTUK MENGISI
KUESIONER INI**



MATRIKS KERJA

Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi ISLAM “Assalamualaikum Cantik” di TransTV Dan Sikap Berpakaian Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi Pada Kalangan Mahasisiwi Universitas Islam Indonesia

Variabel	Indikator	TolakUkur	Skala
Pengaruh intensitas menonton tayangan program religi “Assalamualiikum Cantik” di TransTv	Frekuensi	Frekuensi menonton tayangan religi	Ordinal
	Durasi	Durasi lama menonton tayangan religi	Ordinal
	Konten	<ul style="list-style-type: none"> a. Tokoh/pembawa acara tayangan religi b. Isi cerita tayangan program religi c. Pesan yang disampaikan 	Ordinal
Sikap berpakaian	Afektif	<ul style="list-style-type: none"> a. Sejauh mana tingkat kesukaan penonton terhadap sikap berpakaian pada tayangan Assalamualaikum Cantik. b. Seberapa besar perasaan suka terhadap isi tayangan program Assalamualaikum Cantik dalam merubah sikap berpakaian pada penonton. 	Ordinal
	Kognitif	Sejauh mana keyakinan penonton dalam merubah sikap berpakaian pada tayangan Assalamualaikum Cantik	Ordinal
	Perilaku	Melihat sejauh mana tindakan penonton dalam merubah sikap berpakaian pada program AssalamualaikumCantik	Ordinal
Gaya Berpakaian	Perhatian (<i>Attention</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Perhatian terhadap cara berpakaian dalam program Assalamualaikum Cantik b. Perhatian terhadap model pakaian dalam program Assalamualaikum Cantik c. Perhatian terhadap ukuran pakaian dalam program Assalamualaikum Cantik d. Perhatian terhadap aksesoris yang digunakan dalam program 	Ordinal

		AssalamualaikumCantik	
	Mengingat (<i>Retention</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Ingat tentang cara berpakaian dalam program Assalamualaikum Cantik b. Ingatan tentang model pakaian dalam program Assalamualaikum Cantik c. Ingatan tentang ukuran pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik d. Ingatan tentang aksesoris yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik 	Ordinal
	Reproduksi (<i>Reproduction</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Penggunaan cara berpakaian pada program Assalamualaikum Cantik dalam kehidupan sehari-hari b. Penggunaan model pakaian yang digunakan pada program Assalamualaikum Cantik dalam kehidupan sehari-hari c. Penggunaan ukuran pakaian yang digunakan pada program Assalamualaikum Cantik d. Penggunaan aksesoris yang digunakan pada program Assalamualaikum Cantik dalam kehidupan sehari-hari 	Ordinal
	Motivasi(<i>Motivation</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Termotivasi untuk meniru cara berpakaian dalam program Assalamualaikum Cantik b. Termotivasi untuk meniru model pakaian yang digunakan dalam program AssalamualaikumCantik c. Termotivasi untuk meniru ukuran pakaian yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik d. Termotivasi untuk meniru aksesoris yang digunakan dalam program Assalamualaikum Cantik 	Ordinal

Karakteristik Responden

Frequencies

Statistics

		JenisKelamin	Usia	Jurusan
N	Valid	95	95	95
	Missing	0	0	0

Frequency Table

JenisKelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	95	100,0	100,0	100,0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	17	1	1,1	1,1	1,1
	18	19	20,0	20,0	21,1
	19	35	36,8	36,8	57,9
Valid	20	19	20,0	20,0	77,9
	21	17	17,9	17,9	95,8
	22	4	4,2	4,2	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Jurusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	HI	10	10,5	10,5	10,5
	Komunikasi	25	26,3	26,3	36,8
Valid	PBI	20	21,1	21,1	57,9
	Psikologi	40	42,1	42,1	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Persebaran responden berdasarkan kuisisioner variable intensitas menonton tayangan

Frequency Table

MT1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2
	TS	21	22.1	22.1	26.3
	KS	42	44.2	44.2	70.5
	S	17	17.9	17.9	88.4
	SS	11	11.6	11.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	11	11.6	11.6	12.6
	KS	27	28.4	28.4	41.1
	S	50	52.6	52.6	93.7
	SS	6	6.3	6.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	TS	12	12.6	12.6	14.7
	KS	23	24.2	24.2	38.9
	S	52	54.7	54.7	93.7
	SS	6	6.3	6.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2
	TS	4	4.2	4.2	8.4
	KS	23	24.2	24.2	32.6
	S	56	58.9	58.9	91.6
	SS	8	8.4	8.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	6	6.3	6.3	7.4
	KS	13	13.7	13.7	21.1
	S	60	63.2	63.2	84.2
	SS	15	15.8	15.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.4	7.4	7.4
	KS	34	35.8	35.8	43.2
	S	46	48.4	48.4	91.6
	SS	8	8.4	8.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.4	7.4	7.4
	KS	23	24.2	24.2	31.6
	S	50	52.6	52.6	84.2
	SS	15	15.8	15.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	TS	8	8.4	8.4	10.5
	KS	31	32.6	32.6	43.2
	S	47	49.5	49.5	92.6
	SS	7	7.4	7.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	8	8.4	8.4	9.5
	KS	24	25.3	25.3	34.7
	S	52	54.7	54.7	89.5
	SS	10	10.5	10.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

MT10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	TS	19	20.0	20.0	22.1
	KS	26	27.4	27.4	49.5
	S	34	35.8	35.8	85.3
	SS	14	14.7	14.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Persebaran Responden Berdasarkan Kuisiner Variabel Sikap Berpakaian**Frequency Table****SB1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	4	4.2	4.2	5.3
	S	73	76.8	76.8	82.1
	SS	17	17.9	17.9	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.2	3.2	3.2
	KS	22	23.2	23.2	26.3
	S	57	60.0	60.0	86.3
	SS	13	13.7	13.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	7	7.4	7.4	7.4
	S	70	73.7	73.7	81.1
	SS	18	18.9	18.9	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	1	1.1	1.1	2.1
	S	50	52.6	52.6	54.7
	SS	43	45.3	45.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	8	8.4	8.4	9.5
	KS	23	24.2	24.2	33.7
	S	35	36.8	36.8	70.5
	SS	28	29.5	29.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	S	45	47.4	47.4	48.4

SS	49	51.6	51.6	100.0
Total	95	100.0	100.0	

SB7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3.2	3.2	3.2
KS	6	6.3	6.3	9.5
S	47	49.5	49.5	58.9
SS	39	41.1	41.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

SB8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	32	33.7	33.7	34.7
S	43	45.3	45.3	80.0
SS	19	20.0	20.0	100.0
Total	95	100.0	100.0	

SB9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.1	1.1	1.1
KS	32	33.7	33.7	34.7
S	45	47.4	47.4	82.1
SS	17	17.9	17.9	100.0
Total	95	100.0	100.0	

SB10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.3	6.3	6.3
	TS	5	5.3	5.3	11.6
	KS	26	27.4	27.4	38.9
	S	49	51.6	51.6	90.5
	SS	9	9.5	9.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.3	5.3	5.3
	TS	4	4.2	4.2	9.5
	KS	37	38.9	38.9	48.4
	S	41	43.2	43.2	91.6
	SS	8	8.4	8.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.4	8.4	8.4
	TS	5	5.3	5.3	13.7
	KS	29	30.5	30.5	44.2
	S	48	50.5	50.5	94.7
	SS	5	5.3	5.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9.5	9.5	9.5
	TS	6	6.3	6.3	15.8
	KS	40	42.1	42.1	57.9
	S	35	36.8	36.8	94.7
	SS	5	5.3	5.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9.5	9.5	9.5
	TS	4	4.2	4.2	13.7
	KS	28	29.5	29.5	43.2
	S	48	50.5	50.5	93.7
	SS	6	6.3	6.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.4	8.4	8.4
	TS	7	7.4	7.4	15.8
	KS	30	31.6	31.6	47.4
	S	45	47.4	47.4	94.7
	SS	5	5.3	5.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	10	10.5	10.5	10.5
	TS	10	10.5	10.5	21.1
	KS	35	36.8	36.8	57.9
	S	31	32.6	32.6	90.5
	SS	9	9.5	9.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

SB17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12.6	12.6	12.6
	TS	5	5.3	5.3	17.9
	KS	24	25.3	25.3	43.2
	S	47	49.5	49.5	92.6
	SS	7	7.4	7.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Persebaran Persentase Berdasarkan Kuisisioner Variabel Gaya Berpakaian

Frequency Table

GB1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2
	TS	3	3.2	3.2	7.4
	KS	9	9.5	9.5	16.8

S	69	72.6	72.6	89.5
SS	10	10.5	10.5	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2
	TS	15	15.8	15.8	20.0
	KS	37	38.9	38.9	58.9
	S	29	30.5	30.5	89.5
	SS	10	10.5	10.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

GB3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2
	TS	3	3.2	3.2	7.4
	KS	7	7.4	7.4	14.7
	S	60	63.2	63.2	77.9
	SS	21	22.1	22.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

GB4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.3	5.3	5.3
	TS	3	3.2	3.2	8.4
	KS	6	6.3	6.3	14.7

S	57	60.0	60.0	74.7
SS	24	25.3	25.3	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2
	TS	18	18.9	18.9	23.2
	KS	27	28.4	28.4	51.6
	S	38	40.0	40.0	91.6
	SS	8	8.4	8.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

GB6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.3	5.3	5.3
	TS	21	22.1	22.1	27.4
	KS	40	42.1	42.1	69.5
	S	21	22.1	22.1	91.6
	SS	8	8.4	8.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

GB7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.3	6.3	6.3
	TS	5	5.3	5.3	11.6

KS	7	7.4	7.4	18.9
S	55	57.9	57.9	76.8
SS	22	23.2	23.2	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	5	5.3	5.3	5.3
TS	6	6.3	6.3	11.6
KS	24	25.3	25.3	36.8
S	48	50.5	50.5	87.4
SS	12	12.6	12.6	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.2	4.2	4.2
TS	6	6.3	6.3	10.5
KS	3	3.2	3.2	13.7
S	60	63.2	63.2	76.8
SS	22	23.2	23.2	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.2	4.2	4.2

TS	4	4.2	4.2	8.4
KS	10	10.5	10.5	18.9
S	60	63.2	63.2	82.1
SS	17	17.9	17.9	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2
	TS	15	15.8	15.8	20.0
	KS	32	33.7	33.7	53.7
	S	40	42.1	42.1	95.8
	SS	4	4.2	4.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

GB12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2
	TS	14	14.7	14.7	18.9
	KS	38	40.0	40.0	58.9
	S	30	31.6	31.6	90.5
	SS	9	9.5	9.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

GB13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.2	4.2	4.2

TS	3	3.2	3.2	7.4
KS	13	13.7	13.7	21.1
S	61	64.2	64.2	85.3
SS	14	14.7	14.7	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.2	4.2	4.2
TS	9	9.5	9.5	13.7
KS	38	40.0	40.0	53.7
S	35	36.8	36.8	90.5
SS	9	9.5	9.5	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.2	4.2	4.2
TS	7	7.4	7.4	11.6
KS	17	17.9	17.9	29.5
S	56	58.9	58.9	88.4
SS	11	11.6	11.6	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	3	3.2	3.2	3.2
TS	9	9.5	9.5	12.6

KS	36	37.9	37.9	50.5
S	39	41.1	41.1	91.6
SS	8	8.4	8.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	8	8.4	8.4	8.4
TS	15	15.8	15.8	24.2
KS	28	29.5	29.5	53.7
S	34	35.8	35.8	89.5
SS	10	10.5	10.5	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	5	5.3	5.3	5.3
TS	12	12.6	12.6	17.9
KS	27	28.4	28.4	46.3
S	35	36.8	36.8	83.2
SS	16	16.8	16.8	100.0
Total	95	100.0	100.0	

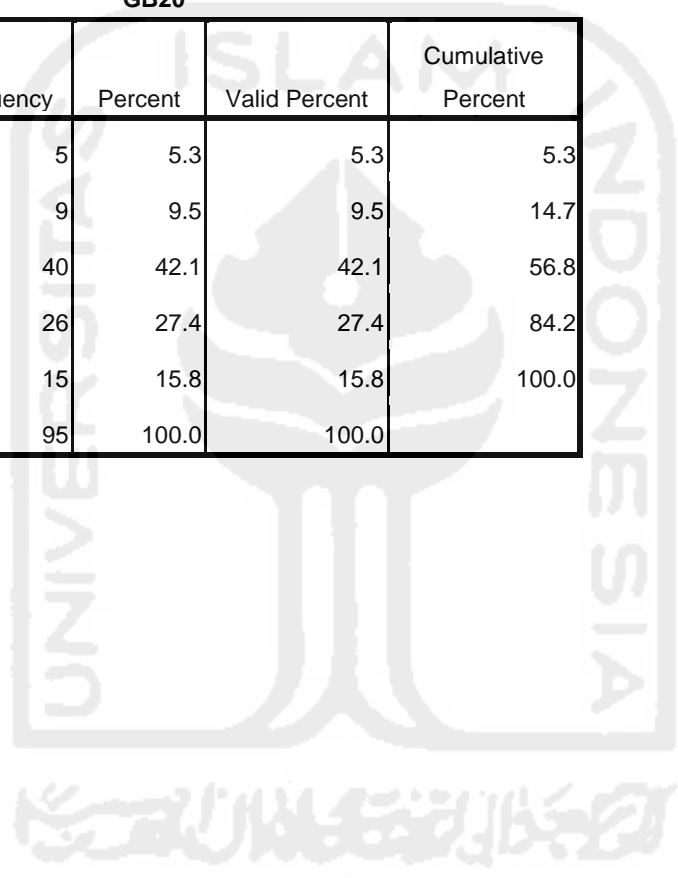
GB19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	8	8.4	8.4	8.4

TS	9	9.5	9.5	17.9
KS	33	34.7	34.7	52.6
S	36	37.9	37.9	90.5
SS	9	9.5	9.5	100.0
Total	95	100.0	100.0	

GB20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.3	5.3	5.3
	TS	9	9.5	9.5	14.7
	KS	40	42.1	42.1	56.8
	S	26	27.4	27.4	84.2
	SS	15	15.8	15.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	



**Uji Validitas dan Reliabilitas
Correlations**

		MenontonTayanganX1
MT1	Pearson Correlation	,447*
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT2	Pearson Correlation	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT3	Pearson Correlation	,779
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT4	Pearson Correlation	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT5	Pearson Correlation	,680**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT6	Pearson Correlation	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT7	Pearson Correlation	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT8	Pearson Correlation	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT9	Pearson Correlation	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MT10	Pearson Correlation	,521*
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
MenontonTayanganX1	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	95

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

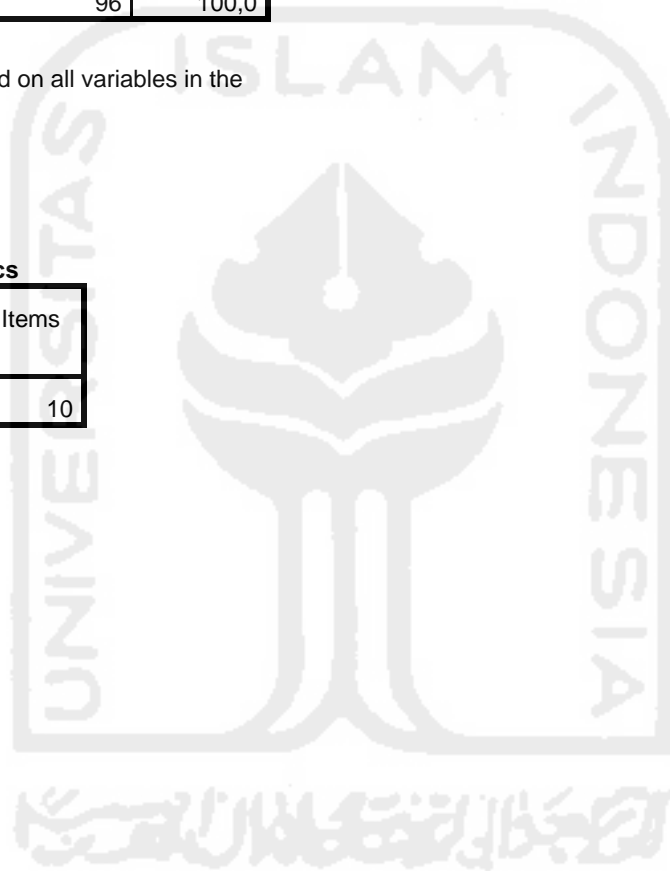
Case Processing Summary

		N	%
	Valid	95	99,0
Cases	Excluded ^a	1	1,0
	Total	96	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	10



Correlations

		SikapBerpakaianSB
SB1	Pearson Correlation	,452**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB2	Pearson Correlation	,472**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB3	Pearson Correlation	,467**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB4	Pearson Correlation	,332**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	95
SB5	Pearson Correlation	,575**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB6	Pearson Correlation	,293**
	Sig. (2-tailed)	,004
	N	95
SB7	Pearson Correlation	,506**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB8	Pearson Correlation	,428
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB9	Pearson Correlation	,420**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB10	Pearson Correlation	,772
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB11	Pearson Correlation	,617
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB12	Pearson Correlation	,779
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
SB13	Pearson Correlation	,834

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
	Pearson Correlation	,775
SB14	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
	Pearson Correlation	,817
SB15	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
	Pearson Correlation	,743*
SB16	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
	Pearson Correlation	,653
SB17	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
	Pearson Correlation	1**
SikapBerpakaianSB	Sig. (2-tailed)	
	N	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

Correlations

		GayaBerpakaianGB
GB1	Pearson Correlation	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB2	Pearson Correlation	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB3	Pearson Correlation	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB4	Pearson Correlation	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB5	Pearson Correlation	,686**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB6	Pearson Correlation	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB7	Pearson Correlation	,664**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB8	Pearson Correlation	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB9	Pearson Correlation	,786
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB10	Pearson Correlation	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB11	Pearson Correlation	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB12	Pearson Correlation	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB13	Pearson Correlation	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000

	N	95
GB14	Pearson Correlation	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000
GB15	N	95
	Pearson Correlation	,738**
GB16	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB17	Pearson Correlation	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000
GB18	N	95
	Pearson Correlation	,639**
GB19	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
GB20	Pearson Correlation	,661**
	Sig. (2-tailed)	,000
GayaBerpakaianGB	N	95
	Pearson Correlation	,648**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
	Pearson Correlation	,674**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	95
	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,955	20

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MT1	95	1	5	3,11	1,016
MT2	95	1	5	3,52	,823
MT3	95	1	5	3,51	,874
MT4	95	1	5	3,63	,864
MT5	95	1	5	3,86	,794
MT6	95	2	5	3,58	,752
MT7	95	2	5	3,77	,805
MT8	95	1	5	3,52	,836
MT9	95	1	5	3,65	,822
MT10	95	1	5	3,41	1,037
MenontonTayanganX1	95	1,70	5,00	3,55	,594
Valid N (listwise)	95				

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SB1	95	2	5	4,12	,502
SB2	95	2	5	3,84	,689
SB3	95	3	5	4,12	,502
SB4	95	2	5	4,42	,576
SB5	95	1	5	3,85	,978
SB6	95	2	5	4,49	,563
SB7	95	2	5	4,28	,724
SB8	95	2	5	3,84	,748
SB9	95	1	5	3,81	,762
SB10	95	1	5	3,53	,966
SB11	95	1	5	3,45	,908
SB12	95	1	5	3,39	,982

SB13	95	1	5	3,22	,991
SB14	95	1	5	3,40	1,015
SB15	95	1	5	3,34	,996
SB16	95	1	5	3,20	1,097
SB17	95	1	5	3,34	1,117
SikapBerpakaianSB	95	2,41	5,00	3,74	,515
Valid N (listwise)	95				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GB1	95	1	5	3,82	,825
GB2	95	1	5	3,27	,994
GB3	95	1	5	3,96	,898
GB4	95	1	5	3,97	,962
GB5	95	1	5	3,29	1,009
GB6	95	1	5	3,06	,998
GB7	95	1	5	3,86	1,038
GB8	95	1	5	3,59	,973
GB9	95	1	5	3,95	,949
GB10	95	1	5	3,86	,906
GB11	95	1	5	3,26	,925
GB12	95	1	5	3,27	,972
GB13	95	1	5	3,82	,875
GB14	95	1	5	3,38	,936
GB15	95	1	5	3,66	,930
GB16	95	1	5	3,42	,894
GB17	95	1	5	3,24	1,108
GB18	95	1	5	3,47	1,080
GB19	95	1	5	3,31	1,053
GB20	95	1	5	3,39	1,034
GayaBerpakaianGB	95	1,00	4,90	3,54	,712
Valid N (listwise)	95				

Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,55676563
Most Extreme Differences	Absolute	,148
	Positive	,061
	Negative	-,148
Kolmogorov-Smirnov Z		1,838
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Linieritas

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Gaya BerpakaianY * Menonton TayanganX1	95	99,0%	1	1,0%	96	100,0%
Gaya BerpakaianY * Sikap BerpakaianX2	95	99,0%	1	1,0%	96	100,0%

Gaya BerpakaianY * Menonton TayanganX1

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
Gaya BerpakaianY * Menonton TayanganX1	Between Groups	(Combined)	25,333	23
		Linearity	9,014	1
		Deviation from Linearity	16,319	22

	Within Groups	22,253	71
	Total	47,586	94

ANOVA Table

			Mean Square	F
		(Combined)	1,101	3,514
Gaya BerpakaianY * Menonton TayanganX1	Between Groups	Linearity	9,014	28,760
		Deviation from Linearity	,742	2,367
		Within Groups	,313	
	Total			

ANOVA Table

			Sig.
		(Combined)	,000
Gaya BerpakaianY * Menonton TayanganX1	Between Groups	Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,003
		Within Groups	
	Total		

Gaya BerpakaianY * Sikap BerpakaianX2

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
		(Combined)	36,994	33
Gaya BerpakaianY * Sikap BerpakaianX2	Between Groups	Linearity	15,938	1
		Deviation from Linearity	21,057	32
		Within Groups	10,592	61
	Total	47,586	94	

ANOVA Table

			Mean Square	F
		(Combined)	1,121	6,456
Gaya BerpakaianY * Sikap BerpakaianX2	Between Groups	Linearity	15,938	91,784
		Deviation from Linearity	,658	3,789
		Within Groups	,174	

Total		
-------	--	--

ANOVA Table

			Sig.
Gaya BerpakaianY * Sikap BerpakaianX2	Between Groups	(Combined)	,000
		Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,000
	Within Groups		
Total			



Regresi Linier Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap BerpakaianX2, Menonton TayanganX1 ^b		Enter

- a. Dependent Variable: GayaBerpakaianY
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	,388	,374	,56278

- a. Predictors: (Constant), Sikap BerpakaianX2, Menonton TayanganX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,447	2	9,224	29,122	,000 ^b
	Residual	29,139	92	,317		
	Total	47,586	94			

- a. Dependent Variable: Gaya BerpakaianY
 b. Predictors: (Constant), Sikap BerpakaianX2, Menonton TayanganX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,013	,471		-,027	,979
	Menonton TayanganX1	,298	,106	,249	2,815	,006
	Sikap BerpakaianX2	,667	,122	,483	5,457	,000

- a. Dependent Variable: Gaya BerpakaianY

**Tabel r Product Moment
Pada Sig.0,05 (Two Tail)**

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126