

PENGARUH FASHION TERHADAP PERUBAHAN GAYA BERPAKAIAN MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL UINSU STAMBUK 2019

Ridwan Hadi ^{1*}, Muhammad Husni Ritonga ².

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Corresponding Email: ridwan0105193145@uinsu.ac.id ^{1*}

Histori Artikel:

Dikirim 6 Juni 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 20 Juni 2023; *Diterima* 2 Juli 2023; *Diterbitkan* 10 September 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh fashion terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU Stambuk 2019. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fashion berpengaruh terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswa di program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Uinsu Stambuk 2019 sebesar 77,5 % dan sisanya sebesar 22,5 % dipengaruhi oleh faktor lainnya atau bisa juga dikatakan tidak berpengaruh.

Kata Kunci: Fashion; Gaya Berpakaian; Mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Abstract

This research aims to find out how influential fashion is on changes in the dress style of students of the Communication Sciences study program, Faculty of Social Sciences, Uinsu class of 19. The type of research used is quantitative research by distributing questionnaires to students of Communication science class of 19. The results showed that fashion had an effect on changes in the style of dress of students in the Communication Science study program, Faculty of Social Sciences, Uinsu class of 19 by 77.5% and the remaining 22.5% was influenced by other factors or it could also be said to have no effect.

Keyword: Fashion; Fashion Style; Communication Science Student.

1. Pendahuluan

Fashion di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, begitu juga dengan perkembangan teknologi saat ini meningkat [1]. Fashion berarti “Zaman Baru” atau Era Baru. Yang utama adalah anak muda yang sukses membangun image sebagai pribadi yang keren, lucu, pintar dan menarik melalui sarana komunikasi dunia maya [2]. Fashion tidak melulu soal pakaian dan atributnya untuk melindungi atau menutupi tubuh, tetapi juga sebagai identitas, atau status sosial untuk pengguna. Menurut Black (2009), fashion merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari penampilan dan gaya sehari-hari seseorang, seperti baju dan aksesoris tidak hanya menutupi dan menghiasi tubuh tapi juga merupakan sarana ekspresi identitas [3][4][5][6].

Fashion bisa menjadi presentasi kecil seseorang. Gaya berpakaian merupakan bahan evaluasi pertama seseorang. Troxel dan Stone dalam buku "*Fashion Merchandising*" diartikan sebagai fashion atau gaya digunakan oleh kelompok tertentu dalam jangka waktu tertentu. Dari definisi tersebut fashion dan gaya dipandang penting [7]. Dan dalam studi terbaru berdasarkan fashion theory: *Jurnal Busana, Tubuh & Budaya* (2022), fashion adalah konstruksi budaya yang memanifestasikan dirinya dalam identitas pakaian seseorang, Singkatnya, fashion ini adalah gaya pakaian yang mengubah seseorang mengikuti budaya yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Fashion adalah satu hal penting untuk citra dan gaya hidup. Fashion bisa disebut identitas pribadi karena mencerminkan siapa kita, sama seperti identitas sosial mencerminkan identitas antar komunitas sosial atau kelompok [8].

Seseorang yang mengenakan suatu pakaian tidak ingin memakainya karena nilai guna, tetapi karena nilai atau citra tertentu yang ingin dicapai seseorang melalui penggunaan pakaian [9]. Fashion juga merupakan sarana untuk menampilkan citra diri yang diinginkan seseorang, menunjukkan bahwa fashion mencakup masalah identitas individu pada mahasiswa. (Soetjipto & Chandra, 2021). Dan data juga diperkuat pada penelitian jurnal yang berjudul "*Pemakaian Fashion : Studi gaya hidup pada komunitas indonesia sneakers team Surabaya*" pada tahun 2019 oleh Satrio Manggala yang menjelaskan dalam perkembangan selanjutnya, fashion tidak hanya tentang pakaian dan aksesoris seperti perhiasan seperti kalung dan gelang, tetapi juga tentang barang-barang fungsional lainnya yang bersifat fungsional, dikombinasikan dengan elemen desain yang canggih dan unik untuk alat yang bisa memperlihatkan dan menyempurnakan tampilan pengguna [10]. Fashion telah menjadi sangat penting bagi orang-orang. karena saat ini pernyataan fashion menggambarkan seseorang. Didalam ilmu komunikasi, fashion sebagai alat penelitian komunikasi nonverbal. Komunikasi dipandang sebagai suatu proses dimana seseorang mengungkapkan sesuatu kepada orang lain dengan menggunakan media beserta efeknya misalnya fashion. Fashion juga bisa disebut sebagai komunikasi nonverbal dimana orang tersebut ingin berkomunikasi dengan orang lain melalui penampilan pakaian / gaya pakaian mereka, jelas menunjukkan fashion melalui komunikasi nonverbal [11].

Pesatnya perkembangan fashion tentu efektif untuk saat ini, tapi pasti memiliki hal baik dan buruk. Efek baiknya adalah orang-orang semakin berkembang, khususnya di Indonesia semakin modis dalam segala hal. Dampak buruknya adalah masyarakat Indonesia lebih tertarik dengan pakaian kekinian daripada pakaian tradisional. Fashion hadir dalam berbagai aktivitas manusia seperti dalam politik, agama, ilmiah, artistik dan sebagainya sebagai identitas atau ciri mendasar masing-masing Individu yang mencerminkan nilai unik setiap orang [12]. Fashion merupakan salah satu industri yang maju dan berjalan secara dinamis. Setiap tahun industri fashion selalu memberikan inovasi baru dan menciptakan tren-tren fashion yang mendukung produktivitas para desainer di Indonesia. Fashion menjadi penyumbang ekspor ekonomi yaitu sebesar 54,54% pada tahun 2016 (Riviyastuti, September 10, 2018) dikutip dari jurnal [13].

Secara tidak sadar, tren fashion sangat mempengaruhi cara berpakaian mahasiswa, dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang saat ini memiliki pakaian yang lebih banyak terlihat trendi seperti, skinny jeans, sweater, denim, jaket varsity, flanel, sepatu kets, dan jilbab untuk fashion street. Mahasiswa di zaman modern tentunya juga mengikuti tren fashion, termasuk mahasiswa ilmu komunikasi Uinsu stambuk 2019 di Medan. Banyak mahasiswa sekarang menggunakan gaya pakaian yang berbeda. Pakaian Islami juga serbaguna dan sangat modis pada saat ini yg dipakai oleh mahasiswa komunikasi di Uinsu. Tren fashion adalah mode populer selama periode waktu tertentu tertentu

(Umbroh, Mananeke dan Samadi, 2018) dikutip dari penelitian Sari *et al.*, (2021) [14][15]. Tren fashion juga bertindak sebagai cerminan status sosial atau ekonomi, yang dapat dijelaskan tentang popularitas. Masalahnya adalah bagaimana memilih fashion dan menggunakannya dalam fashion kehidupan sehari-hari sebenarnya adalah pilihan gaya hidup [16][17]. Kebiasaan baru akhirnya mengarah pada identitas sosial tertentu yang melekat kepada orang yang bersangkutan, baik dilakukan oleh orang itu sendiri maupun tidak [18].

Fenomena ini disebabkan banyaknya fashion designer, model dan fashion blogger yang menginformasikan tentang tren fashion saat ini. Tren fashion yang berkembang selalu diminati di berbagai kalangan sosial sebagai simbol identitas gaya hidup modern. Masyarakat berlomba-lomba untuk mengikuti tren fashion terbaru agar penampilannya tetap kece di mata publik [19]. Sementara tren fashion tidak hanya mencakup pakaian kasual tetapi juga merambah pada gaya busana Islami yaitu hijab [20]. Satu alasan perubahan pesat dalam perkembangan mode adalah globalisasi. Globalisasi ditandai dengan perkembangan ilmu pengetahuan, komunikasi dan informasi teknologi. Adanya arus globalisasi ini nampaknya sangat mereduksi nilai-nilai moral umat manusia. Perubahan dan perubahan budaya terkesan sangat cepat dan jauh dari budaya aslinya kita. Kini perkembangan teknologi sangat mempengaruhi dunia fashion, sehingga fashion menjadi fashionable dan Indonesia juga maju dan berkembang pesat. Fashion sudah menjadi aturan dalam Islam dijelaskan dalam teks yang tidak dapat dibedakan dari aturan Syariah. Konsep fashion tidak hanya bernilai tinggi dalam pembentukan etika hukum pakaian mengenakan dan menutupi bagian tubuh, tetapi Islam telah membentengi nilai-nilai filosofis yang sangat tinggi tercermin dalam konsep fashion. Fashion juga menjadi Identitas bagi setiap Muslim di dunia [21]. Fashion sangat penting karena ekspresi diri yang memungkinkan setiap orang untuk mencoba peran yang berbeda dalam hidup. Fashion adalah perubahan penting agar hidup selalu menyenangkan. Fashion juga merupakan cermin dimana sikap dan perasaan dapat diukur seseorang [1].

Gaya berpakaian adalah bahan evaluasi pertama seseorang. Juga di samping itu fashion adalah cara untuk mengekspresikan diri. Gaya berpakaian memiliki banyak hal. Menurut Troxell dan Stone dalam buku mereka "*Fashion Merchandising*" mendefinisikan gaya busana sebagai gaya yang diterima dan dikenakan oleh mayoritas anggota kelompok setiap saat. Menurut Solomon dalam bukunya "Konsumen Perilaku: Perspektif Eropa", gaya pakaian adalah penyebaran sosial di mana gaya baru yang diadopsi oleh kelompok konsumen [22][23]. Upaya manusia untuk menghias agar tampilan dipandang tidak ada yang baru. Jauh sebelum zaman modern, seperti sekarang tes ini sudah selesai. Menurut Penelitian Kim K.P. Johnson, Sharon J. Lennon dan Nancy A. Rudd berjudul "*The Dress, the Body and I: Research in the social Psychology of Dress*" (2014), gaya berpakaian yang rapi dapat meningkatkan produktivitas seseorang [24]. Gaya berpakaian adalah salah satu tren yang sering diikuti oleh mahasiswa/i. Mereka sering mengikuti model fashion yang sedang menjadi tren untuk mendukung penampilan mereka [25]. Pada dasarnya gaya pakaian itu memiliki pengaruh yang cukup besar dan dapat mewakili kepribadian seseorang. Karena itu bisa bebas berekspresi melalui fashion. Ada banyak gaya pakaian diantaranya adalah; Gaya vintage, Gaya pakaian kasual, dan Gaya berpakaian Formal.

Gaya vintage berciri khas dengan model busana di era 70-90an. Menurut Katherine Sorrell dalam bukunya yang berjudul "*The vintage modern home*", gaya vintage adalah sesuatu yang bersifat publik dan sosial terpaku pada satu gaya desain atau style, meskipun dilihat seperti pakaian pada zaman dulu, tapi vintage tidak pernah mati, vintage masih banyak disukai karena bisa dipadukan dengan gaya pakaian sekarang, seperti mencoba menggabungkan warna dan model yang dibuat lebih kece dan bergaya [26].

Gaya pakaian kasual dapat diartikan sebagai gaya yang santai. Menurut *The Economist*, penggunaan kaos dilengkapi jaket dan sepatu kets adalah kebiasaan para pekerja di Silicon Valley. Ga hanya para pegawainya aja, para CEO atau Founder juga sangat suka tampil santai dengan setelan kasual dimana bisa tampil dengan outfit yang lebih sederhana, seperti kaos, jeans, dan sandal. Penggabungan warna yang simpel juga bisa membuat tampilan semakin terkesan santai, seperti warna monokrom, *beige*, atau *earth tone*.

Pakaian formal yang khas adalah setelan jas, pakaian dan blazer yang rapi, kemeja yang berkerah dan alas kaki tertutup dan aksesoris sederhana seperti anting-anting untuk wanita dan kancing manset

untuk para pria. Menggunakan warna hitam, coklat, biru tua dan abu-abu sebagai warna utama dalam berpakaian formal.

2. Metode Penelitian

Studi ini menggunakan penelitian kuantitatif seperti yang dijelaskan oleh Azwar (2016) bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada analisis data numerik diproses dengan memakai metode statistik [28]. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan, jadi maksudnya adalah penelitian langsung kelapangan untuk mencari dan mengumpulkan semua informasi data dan fakta yang diperlukan, yang berkaitan langsung dengan pokok penelitian yaitu pengaruh fashion terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui keadaan-keadaan atau hal-hal lain yang disebutkan, yang hasilnya disajikan dalam bentuk makalah penelitian. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum penyajian fakta dan karakteristik subjek tertentu secara sistematis dan ringkas. Metode penelitiannya adalah metode yang digunakan peneliti untuk mendekati objek kajian, kebiasaan hal ini menjadi pedoman bagi peneliti untuk melakukan penelitian sehingga dapat dikumpulkan secara efektif dan efisien untuk dianalisis sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan tercapai. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Kampus UINSU.

2.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang lebih disukai dari pendekatan lainnya. Penggunaan paradigma post positivisme dalam pengembangan sains (tentang kausalitas, pengurangan ke variabel, hipotesis dan pertanyaan spesifik menggunakan teori pengukuran dan observasi dan tes), menggunakan strategi studi seperti tes dan survei yang membutuhkan data statistik [28]. Perspektif post positivisme adalah perspektif yang menjelaskan eksistensi realitas sosial dan realitas fisik adalah independen atau terpisah atau bebas di luar peneliti. Perspektif positivisme memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Keyakinan bahwa realitas itu objektif terlepas dari penyelidik dapat diamati dan diukur.
- 2) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan hubungan antar variabel untuk mengukur.
- 3) Fokus pada mereduksi realitas menjadi variabel dan variabel yang dapat diukur dengan instrument dan menghasilkan data numerik.
- 4) Asumsi metodologis:
- 5) Proses deduktif, hubungan antar variabel, kausalitas, analisis. Hasil prediktif tidak relevan yang telah ditentukan sebelumnya dapat dijelaskan digeneralisasikan, validitas dan reliabilitas dapat diketahui.
- 6) Analisis data menggunakan analisis statistik.
- 7) Peran kajian teori sangat dominan dalam menjelaskan dan menjawab pertanyaan definisi penelitian/masalah. Informasi kuantitatif menjelaskan pada analisis dan bentuk satuan distribusi.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah domain generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang peneliti terapkan saat belajar dan kemudian ditarik kesimpulan [28]. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2019 yang masuk dalam kategori Ilmu Komunikasi 1, Ilmu Komunikasi 2 dan Ilmu Komunikasi 3. Jumlah mahasiswa per kelas adalah 35 siswa. Sampel mencakup total hingga 10 mahasiswa dari setiap kelas, ada lebih banyak kurang dari 30 mahasiswa digunakan sebagai responden.

2.3. Metode Pengumpulan Data

Beberapa metode digunakan dalam penelitian ini mengumpulkan informasi, yaitu:

- 1) Kuesioner
Menurut Sugiyono (2013) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data. Ini dapat dilakukan melalui serangkaian pertanyaan atau penjelasan tertulis/online yang dijawab oleh tergugat [28]. Dalam penelitian ini, kuesioner atau angket diberikan untuk mahasiswa digunakan sebagai kelas kontrol dan kelas eksperimen untuk mencari tahu pengaruh fashion terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara stambuk 2019. Angket yang diberikan kepada mahasiswa berbentuk likes yang menggunakan penilaian: sangat setuju = 5, setuju = 4, sangat setuju = 3, tidak setuju = 2 dan sangat tidak setuju = 1.
- 2) Dokumentasi
Menurut Sugiyono (2015) Dokumentasi adalah rekaman kejadian pada suatu waktu dimasa lalu dan dapat berupa tulisan, gambar atau karya monumental seseorang [28]. Peneliti menggunakan untuk apa dokumentasi digunakan, atau memelihara data penelitian dari responden dan lainnya.
- 3) Penelitian Sastra
Studi sastra adalah penelitian dan eksplorasi bahan bacaan meneliti naskah yang berkaitan dengan naskah yang diteliti [29]. Hal ini dilakukan untuk memperoleh dan mengumpulkan informasi teoritis dari berbagai sumber.

2.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian dengan statistik deskriptif menggunakan analisis uji regresi sederhana, yaitu:

- 1) Penguji
Uji validitas dipakai untuk mengukur keabsahan sesuatu. Menurut Campbell (1979), validitas adalah suatu kondisi dimana informasi tersebut hampir mendekati kebenaran [30]. langkah-langkah yang diambil untuk melakukan pengecekan keabsahan data adalah sebagai berikut [31]:
 - a) Menentukan konsep yang terukur secara operasional.
 - b) Melakukan tes untuk beberapa responden.
 - c) Siapkan tabel tanggapan.
 - d) Menghitung nilai korelasi antara skor tiap item jawaban dengan skor total jawab poinnya.
 - e) Pengolahan data menggunakan rumus SPSS.
 - f) Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel maka hasilnya valid.
 - g) Jika angka r lebih kecil dari nilai r tabel, hasilnya salah.
 - h) Jika nilai $p < 0,005$, maka dianggap tidak valid.
- 2) Uji reliabilitas ini dipakai untuk menunjukkan seberapa baik perangkat bekerja terpercaya dan sesuai harapan. Dalam (Setiawan, 2014) mengatakan bahwa keandalan adalah tingkat kesepakatan antara dua pengukuran sama dan jejak pendapat dianggap andal jika nilai alfa terendahnya adalah 0,6.
- 3) Koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi dipakai untuk mengetahui dan mengukur berapa lama kemampuan untuk berpartisipasi dalam pengaruh variabel independen terhadap variabel simultan bergantung nilai yang mendekati satu berarti variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Uji Data

Uji Validitas

Tujuan uji validitas adalah untuk menguji apakah kedua variabel penelitian memenuhi syarat alat ukur yang baik atau tidak. Jika instrumen penelitian memenuhi sifat valid maka akan dikatakan baik, begitu juga dengan sebaliknya. Jika nilai $P < 0,361$ maka dikatakan valid. Begitu juga sebaliknya jika $P >$

0,361 maka dikatakan tidak valid. Adapun hasil olah data validasi instrumen penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS adalah sebagai berikut : **rTabel : 0.361 (5%)**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas variabel X1-X5
Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	Xtotal
X1	Pearson Correlation	1	,522**	,539**	,459*	,282	,675**
	Sig. (2-tailed)		,003	,002	,011	,130	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	,522**	1	,734**	,356	,480**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,053	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	,539**	,734**	1	,604**	,674**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	,459*	,356	,604**	1	,609**	,777**
	Sig. (2-tailed)	,011	,053	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	,282	,480**	,674**	,609**	1	,800**
	Sig. (2-tailed)	,130	,007	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Xtotal	Pearson Correlation	,675**	,778**	,903**	,777**	,800**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y1-Y5
Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Ytotal
Y1	Pearson Correlation	1	,832**	,432*	,656**	,263	,786**
	Sig. (2-tailed)		,000	,017	,000	,160	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,832**	1	,523**	,689**	,378*	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000	,039	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,432*	,523**	1	,877**	,276	,768**
	Sig. (2-tailed)	,017	,003		,000	,139	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,656**	,689**	,877**	1	,435*	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,016	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	,263	,378*	,276	,435*	1	,638**
	Sig. (2-tailed)	,160	,039	,139	,016		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Ytotal	Pearson Correlation	,786**	,854**	,768**	,913**	,638**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

X1 sampai X5 adalah pernyataan nomor 1 sampai nomor 5.
Y1 sampai Y5 adalah pernyataan nomor 6 sampai nomor 10.

Dengan demikian dapat dilihat & disimpulkan bahwa variabel X dan Y memiliki nilai yang valid, dan dapat digunakan ke tahap uji selanjutnya yaitu uji reabilitas.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan apabila setiap kuesioner pada variabel X dan Y sudah dinyatakan valid pada uji validitas. Variabel dikatakan lolos uji reabilitas dengan syarat jika nilai cronbach's alphanya > 0.6

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,918	10

Dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa desain pernyataan pada kuesioner yang diberikan kepada responden adalah reliabel, diketahui dari nilai cronbach's alpha yang > 0.6

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penggunaan R2 dalam SPSS 21 diambil melalui nilai adjusted R2. Apabila nilainya semakin mendekati angka 1 artinya adalah variabel-variabel independen mampu menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 4. Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,880 ^a	,775	,767	2,346

a. Predictors: (Constant), Xtotal

Dari hasil data uji diatas, koefisien determinasi R2 adalah 0,775 berarti fashion sangat berpengaruh terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019 sebesar 77,5 % dan selebihnya sebesar 22,5 % dipengaruhi oleh faktor lainnya atau bisa juga dikatakan tidak berpengaruh.

4. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh fashion terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Uinsu Stambuk 2019. Diketahui dengan pengujian melalui aplikasi SPSS 21 bahwa nilai Sig.-(2 tailed) dari setiap variabel X dan Y berada pada < 0.361. jika dilihat dari tabel rtabel dan rhitung nilai dari rtabel < rhitung. Nilai rtabel yaitu 0,361 didapat dari tabel nilai r dengan rumus $df = (N-2)$ dengan N = jumlah responden atau $df = (42 - 2) = 40$. Dapat disimpulkan dari itu bahwa setiap indikator pada variabel X dan Y adalah valid dan dapat digunakan ke tahap uji selanjutnya yaitu uji reabilitas.

Pada pengujian reabilitas dapat disimpulkan bahwa desain pertanyaan pada kuesioner yang diberikan kepada responden adalah reliabel, dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha dengan nilai 0.918 yang mana nilai ini merupakan nilai yang > 0.6 dan pada uji koefisien determinasi yang tujuannya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model tersebut dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penggunaan R2 dalam SPSS 21 diambil melalui nilai adjusted R2. Jika nilainya

semakin mendekati angka 1 artinya adalah variabel-variabel independen mampu menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji koefisien determinan menggunakan SPSS 21 bahwa nilai R² adalah 0,775 yang mana hal ini berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 77,5 % dan selebihnya sebesar 22,5 % dipengaruhi oleh faktor lainnya atau bisa juga dikatakan tidak berpengaruh.

5. Daftar Pustaka

- [1] Tyaswara, B., Taufik, R. R., Suhadi, M., & Danyati, R. (2017). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 8(3). DOI: <https://doi.org/10.31294/jkom.v8i3.3281>.
- [2] Andarini, S., Wahidar, T. I., & Yozani, R. E. (2021). Fenomena Fashion Blogger dalam Membentuk Citra Diri dan Kredibilitas untuk Menciptakan Penampilan Ideal. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 295-312. DOI: <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2346>
- [3] Black S (2009) Editorial in fashion practice. *The Journal of Design, Creative Process and the Fashion Industry* 1 (1):5-8
- [4] Sweetman P (1999) Anchoring the (postmodern) self? Body modification, fashion and identity. *Body & Society* 5 (2-3):51-76.
- [5] Davis F (2013) *Fashion, Culture, and Identity*. University of Chicago Press
- [6] Entwistle J (2015) *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory*. John Wiley & Sons.
- [7] Rahmawaty, D., Nadiroh, N., Husen, A., Purwanto, A., & Astra, I. M. (2021). Sustainable Fesyen Sebagai Upaya Gerakan Zero Waste Dalam Pembangunan Berkelanjutan Oleh Desainer. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 431-437. DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i2.1869>.
- [8] Rahmawati, N. M. (2020). Fashion Sebagai Komunikasi: Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Fashion Agus Harimurti Yudhoyono (Ahy): Dalam Pemilihan Gubernur Jakarta. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 4(1), 216-233. DOI: <https://doi.org/10.24176/kredo.v4i1.4903>.
- [9] Zahroh, M. (2020). *Kepercayaan Diri Ditinjau Dari Fashion Bermerk* (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung).
- [10] Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2014). Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 25-32. DOI: <https://doi.org/10.31315/jik.v6i1.38>.
- [11] Perkasa, S., Ayu, I. D., Joni, S., Nyoman, N., & Pascarani, D. (2017). Analisis Penggunaan Fashion Androgini Sebagai Media Komunikasi di Kota Denpasar. *E-Jurnal Medium*, 1(1), 1–11.
- [12] Shinta, F. (2018). Kajian fast fashion dalam percepatan budaya konsumerisme. *Jurnal Rupa*, 3(1), 62-76.
- [13] Tjandra, V. W., Karnadi, H., & Renaningtyas, L. (2020). Perancangan Fashion Brand Anggethik. *Jurnal DKV Adivarna*, 1(16), 11.

- [14] Umboh, Z., Mananeke, L., & Samadi, R. L. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita Di Mtc Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- [15] Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen. *AKUNTABEL*, 18(4), 683-690.
- [16] Kaiser, S. B., Nagasawa, R. H., & Hutton, S. S. (1995). Construction of an SI theory of fashion: Part 1. Ambivalence and change. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(3), 172-183.
- [17] Calefato, P. (2014). *Luxury: Fashion, lifestyle and excess*. A&C Black.
- [18] Sahrub, S. M. P. (2020). Pemaknaan fashion: Studi gaya hidup pada komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 14(2), 103. DOI: <https://doi.org/10.20473/jsd.v14i2.2019.103-110>
- [19] Lindawati, Y. I. (2019). Fashion dan Gaya Hidup: Representasi Citra Muslimah Cantik, Modis dan Fashionable dalam Iklan Wardah. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 59. <https://doi.org/10.30870/hermeneutika.v5i2.7387>
- [20] Habsari, S. U. H. (2015). Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 2(2), 126-134. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/356>
- [21] Pancarini, & Shinta, A. (2018). Fashion in Islamic Perspective. *Munich Personal RePEc Archive*, 95084.
- [22] Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. (2010). Consumer behavior: buying: a European perspective. *Financial Times*.
- [23] Solomon, Michael R. (2009). *Consumer Behaviour European Perspective*. University of Manchester, Pearson.
- [24] Johnson, K., Lennon, S. J., & Rudd, N. (2014). Dress, body and self: Research in the social psychology of dress. *Fashion and textiles*, 1, 1-24.
- [25] Cahyaningsih, R. O., & Dewi, D. K. (2019). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Konformitas dalam Gaya Berpakaian Pada Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Psikologi*, Volume 06, 1.
- [26] Sorrell, K. (2011). *Vintage Modern Home*. Merrell Publishers.
- [27] Azwar, S. (2016). *Metode penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- [28] Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [29] Bisri, C. H. (2001). *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi Bidang Ilmu Agama Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.



- [30] Cook, T. D., Campbell, D. T., & Day, A. (1979). *Quasi-experimentation: Design & analysis issues for field settings* (Vol. 351). Boston: Houghton Mifflin.
- [31] Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- [32] Troxell dan Stone. 1981. *Fashion Merchandising*. New York: McGraw-Hill.
- [33] Sarwono, Jonathan. 2015. *Rumus-Rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: CV Andi
- [34] Soetjipto, A., & Chandra, A. (2021). Fashion, Feminisme dan Hubungan Internasional : Perdebatan dalam Literatur. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 17(1), 17–29. DOI: <https://doi.org/10.26593/jihi.v17i1.4220.17-29>.