

**SIKAP MAHASISWA TATA BUSANA TERHADAP *FASHION*
BLOG**



*Building
Future
Leaders*

AIDA MUTIA HASNA

5525111957

Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Kelulusan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2017

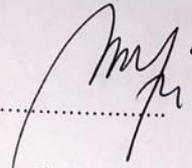
**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING**

NAMA DOSEN

TANDA TANGAN

TANGGAL

Dra. Suryawati, M.Si
NIP: 19640424 198811 2 001
(Dosen Pembimbing I)


..... 17-2-2017

Esty Nurbaity Arrsy, M.KM
NIP: 19740928 199903 2 001
(Dosen Pembimbing II)

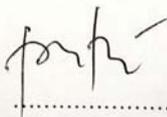

..... 16-2-2017

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Dra. Melly Prabawati, M.Pd
NIP19630521 198803 2 002
(Ketua Penguji)


..... 19-2-2017

Vera Utami G. Putri, S.Pd, M.Ds
(NIP)19811219 200604 2 001
(Dosen Penguji 1)


..... 16-2-2017

Dra. Vivi Radiona SP, M.Pd
NIP 19620911198803 2 001
(Dosen penguji 2)


..... 17/2-17

Tanggal Lulus : 10 Februari 2017

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini asli dan belum pernah diajukan untuk dapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jakarta, Juli 2016

Yang Membuat Pernyataan

Aida Mutia Hasna

5525111957

ABSTRAK

Aida Mutia Hasna. **Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap *Fashion Blog***. Skripsi. Jakarta , Program Studi Tata Busana, Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2017.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui sikap mahasiswa tata busana terhadap fashion blog. Adapun penelitian ini dilakukan di jurusan IKK Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta pada bulan September 2016 hingga Februari 2017. Penelitian yang digunakan adalah Deskriptif dengan pendekatan Kuantitatif dan cara pengambilan sampel dengan cara survey. Untuk mengukur variabel Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap *Fashion Blog*. Dengan jumlah populasi 144 mahasiswa dan didapat 87 responden. Menggunakan teknik sampling insidental. Peneliti membuat angket atau kuesioner. Prosedur pengumpulan data melalui tahap penyebaran angket kepada responden. Tahapan penelitian berupa pendeskripsian data yang telah terkumpul, dengan persentase jawaban yang berasal dari angket.

Hasil penelitian berupa deskripsi data yang terdiri dari tiga indikator untuk mengukur sikap yaitu indikator kognisi, indikator afeksi, dan indikator konasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tata busana memiliki aspek kognisi yang paling tinggi terhadap *fashion blog*, sebesar 89% dari jumlah sampel memiliki pengetahuan terhadap *fashion blog*, indikator tertinggi berikutnya adalah afeksi yaitu sebesar 73,6% dari jumlah sampel memiliki ketertarikan terhadap *fashion blog*, dan 63,3% mahasiswa memiliki indikator konasi atau sikap menerima terhadap *fashion blog*, yang dapat diartikan mahasiswa aktif melihat, membaca dan mengikuti *fashion blog*.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberi informasi dan motivasi terutama dalam meningkatkan kualitas pengetahuan dan keahlian mahasiswa tata busana dalam bidang *fashion*.

Kata kunci: sikap, mahasiswa, blog, fashion blog, fashion blogger

ABSTRACT

Aida Mutia Hasna. **Student Attitudes Towards Into Fashion Blog.** Essay. Jakarta. Fashion Design Studies Program, Department of Family Welfare. Faculty of Engineering, Universitas Negeri Jakarta. in 2017.

The study aims to determine students' attitude towards into fashion blog. The research was conducted at the Department of IKK Faculty of Engineering, State University of Jakarta in September 2016 to February 2017. The research is descriptive with quantitative approach. To measure variables Student Attitudes Toward into Fashion Blog. With a population of 144 students and gained 87 respondents. Using sampling techniques incidental. As for the attitude of the students in the study done by the survey. Researchers developed questionnaires or questionnaires.

Results of the research is a description of data that consists of three indicators to measure attitudes, they are indicators of cognition, indicators of affection, and indicators of conative, the results showed that the students of fashion design have aspects of cognition the highest for fashion blog, amounting to 89% of the total sample had knowledge of the fashion blog, the next highest indicator is the affection that is equal to 73.6% of the total sample had an interest in fashion blogs, and 63.3% of the students have conative indicator or accepting attitudes towards fashion blog, which can be interpreted that students are active see, read and follow fashion blog.

This research is expected to be useful to provide information and motivation, especially in improving the quality of student knowledge and expertise in the field of fashion fashion.

Keywords: attitude, student, blogs, fashion blogs, fashion blogger

LEMBAR PERSEMBAHAN

Saya Persembahkan Skripsi Ini Untuk:

1. Allah SWT & Rasulullah SAW

Ya Allah Engkau lah Dzat yang telah menciptakan ku. Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

2. Orang Tua Tercinta

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada Ibunda Latifah Ali yang selalu mendoakan siang dan malam tiada henti agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan nilai yang baik, yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi, yang paling bahagia dihari saya sidang tanggal 10 february 2017, yang dengan ikhlas berkorban selama saya hidup sampai sekarang, terima kasih ibu. Ayahanda Arise Agus Danhi yang sejak saya duduk di bangku seklaah dasar selalu mengingatkan untuk ke perpustakaan dan membaca buku, yang pada akhirnya keputusan rajin ke perpustakaan saya lakukan disaat pengerjaan skripsi ini, yang selalu mengingatkan untuk sering membaca koran agar dapat menulis bahasa formal dengan baik.

3. Dosen-Dosen Tercinta

Ibu Dosen pembimbing, penguji dan pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Ibu Suryawati selaku dosen pembimbing 1 yang membantu mengarahkan untuk menuliskan teori teori dan memberi semangat serta dengan senang hati dan santai membina saya, Ibu Esti Nurbaity dosen pembimbing 2 terima kasih sebanyak banyaknya telah memberikan saya ilmu metodologi penelitian yang sangat berarti, yang selalu menerima bimbingan menjelang sore

hari, yang dengan senang hati dan santai membimbing sehingga tercipta proses bimbingan yang efektif dan mudah diingat. Ibu Melly Prabawati selaku ketua pengujian dan dosen uji validitas yang telah meluangkan waktunya untuk membantu proses pengerjaan skripsi ini, yang dengan lembut dan menenangkan hati memberikan nasihat, masukan, dan apresiasi kepada saya. Ibu Vera Utami selaku dosen pengujian dan dosen uji validitas yang telah meluangkan waktunya untuk membantu proses pengerjaan skripsi ini, yang memberikan ilmunya untuk keberlangsungan skripsi ini.

4. Saudari Tercinta

Kakak satusatunya Asma Savitri Citra serta kakak ipar Kak Imam Maulana yang memberi dukungan moral dan moril, yang sedikit bertanya kapan saya lulus, bagian dari keluarga yang lumayan mengerti akan kesusahaan dalam mengerjakan skripsi. Dan keponakan saya yang pertama Marshall Islam yang sudah bertahun-tahun saya tunggu kehadirannya, yang hadir di saat-saat krusial pengerjaan skripsi ini, yang kadang merepotkan karena harus gantian jagain tapi saya ikhlas karena *somehow* Marshall memberikan dukungan dan ketenangan yang entah didapat dari mana.

5. Teman-Teman Tersayang

GENG PASALAH yang telah menemani saya selama 2 bulan terakhir, disaat saya membutuhkan dukungan, yang membantu menyelesaikan skripsi ini, yang setiap saat grup wa berbunyi meskipun yang dibahas tidak penting, terima kasih banyak Chamelia, Triana, Diah, Noverta, Ka Nisa, Lydia, dan teman-teman seperjuangan semua Arina, Ayang rentika, Riski amelia, Alfinsa, Sisi, Rizka, Mega, Syarifah, dan adik-adik angkatan 2012 yang bersama-sama berjuang semester ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu karena tidak tahu juga namanya, terima kasih bantuannya *you guys rock!* Juga terima kasih yang sebanyaknya kepada Mba Nadia yang sabar setiap hari ditanya, dikomplian, diomelin, mba *the best* banget.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul **“Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap Fashion Blog”** dapat diselesaikan dengan baik. Pembuatan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu selama pembuatan proposal skripsi ini khususnya kepada:

1. Dr. Wesnina, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Busana.
2. Dra. Suryawati, M.Si dan Esty Nurbaity Arrsy, M.KM, selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran selalu membimbing dan memberi semangat kepada saya.
3. Segenap dosen-dosen Pendidikan Tata Busana yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berharga.
4. Seluruh Staf dan Karyawan TU Ilmu Kesejahteraan Keluarga dan Starff Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
5. Keluarga saya yang tercinta, Ibu, Ayah, Kakak, Kak Imam, Marshall, dan semua yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
6. Teman-teman angkatan 2011 dan yang telah membantu saya dalam belajar dan memberi semangat setiap saat.

7. Kakak-kakak dan Adik-adik angkatan 2010-2012 yang telah bersedia menjadi panelis dalam penelitian saya.
8. Dan semua orang berjasa yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari suatu kesempurnaan. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya mudah-mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi kita semua.

Jakarta, Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
2.1 Kerangka Teori	9
2.1.1 Pengertian Sikap	9
2.1.1.1 Ciri-ciri Sikap	11
2.1.1.2 Tingkatan Sikap	11
2.1.1.3 Fungsi Sikap	12
2.1.1.4 Komponen Sikap	13
2.1.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sikap	14
2.1.1.6 Cara Pengukuran Sikap	15
2.1.2 Mahasiswa	17

2.1.3 <i>Fashion Blog</i>	20
2.2 Kerangka Berpikir	28
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Tujuan Operasional Penelitian.....	30
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
3.3 Metode Penelitian	30
3.4 Variabel Penelitian	31
3.5 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel	31
3.5.1 Definisi Konseptual.....	31
3.5.2 Definisi Operasional.....	31
3.6 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling.....	32
3.6.1. Populasi	32
3.6.2 Sampel	32
3.7 Instrumen Penelitian	33
3.8 Teknik Pengumpulan Data	35
3.9 Uji Prasyarat Instrumen	36
3.10 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Data	38
4.2 Hasil Uji Prasyarat Instrument	38
4.3. Intrepretasi Data	39
4.4. Hasil Pembahasan Data Penelitian.....	52
4.5. Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap <i>Fashion Blog</i>	53
4.6. Pembahasan Penelitian.....	54
4.7. Kelemahan Penelitian	55
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Implikasi.....	57
5.3 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Layanan <i>Online</i> Yang Paling Mempengaruhi Pembelian	23
Gambar 4.1	Diagram Hasil Data Penelitian	52
Gambar 4.2	Diagram Lingkar Hasil data Penelitian	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Populasi	22
Tabel 3.2	Kisi-kisi Instrumen Sikap Mahasiswa Terhadap <i>Fashion Blog</i>	34
Tabel 4.1	Reliability Statistics	39
Tabel 4.2	Persentase Kognisi	40
Tabel 4.3	Kognisi	44
Tabel 4.4	Persentase Afeksi	45
Tabel 4.5	Afeksi	47
Tabel 4.6	Persentase Konasi	48
Tabel 4.7	Konasi	51
Tabel 4.8	Sikap Mahasiswa Terhadap <i>Fashion Blog</i>	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Saat ini media sosial sudah menyatu dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, karena hampir setiap aktivitas diabadikan dan dipublikasikan di sosial media. Salah satu aktivitas yang sering diabadikan di media sosial biasa disebut dengan istilah *Outfit Of The day (OOTD)*, istilah ini merupakan istilah baru yang digunakan oleh pengguna media sosial untuk mempublikasikan gaya berpakaian mereka.

Media sosial merupakan salah satu media yang baru-baru ini muncul dengan dampak yang luas pada komunikasi global. Sebuah model komunikasi di mana pengirim mengirimkan pesan ke penerima pasif, telah digantikan oleh model baru yang dinamis, di mana semua orang memiliki kesempatan untuk secara aktif berinteraksi selama proses komunikasi berlangsung.

Munculnya teknologi digital telah memungkinkan konsumen untuk menghubungkan dan berinteraksi satu sama lain melalui Internet, tapi itu juga telah mendorong konsumen untuk berbagi perasaan dan pendapatnya tentang produk dan organisasi (Goldsmith & Horowitz, 2006). Secara bersamaan revolusi dalam komunikasi yang disebabkan oleh informasi global yang tersebar di mana setiap penggunanya dapat dengan mudah mengikuti dan membahas tren dan berita *fashion* apapun yang didistribusikan di seluruh dunia, serta dengan mudah untuk mencari apapun dan membelinya secara *online*.

Internet memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya atau biasa disebut *user* untuk bisa berkomunikasi dan menemukan berbagai informasi di dunia maya, banyak orang memanfaatkan jejaring sosial seperti "*Facebook*", "*Twitter*", dan "*Blog*". Sehingga banyak juga *user online* yang mengaku dirinya sebagai seorang penulis yang menulis dalam berbagai media di internet, yang akhirnya disebut sebagai *Jurnalis online*, hal tersebut adalah bentuk dari perubahan besar di dunia jurnalisisme. Revolusi ini berkaitan dengan kecepatan penyebaran informasi, contoh: jika ada peristiwa yang terjadi dalam waktu hitungan detik berita sudah cukup terakses ke seluruh dunia (Nurudin, 2009).

Fashion merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, yang disadari sangat mempengaruhi cara orang berpakaian di masa sekarang dan menampilkan diri mereka. Sementara para desainer, *fashion buyers*, *retailers*, *editor*, dan kolumnis bekerja sama untuk menciptakan *image trend*, dan masing-masing secara berkesinambungan mendapat pengaruh dari luar, khususnya *blog*.

Blog merupakan salah satu media sosial online yang menyediakan sarana berkomunikasi di dunia maya. *Blog* yang singkatan dari *web log* adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai *posting*) pada sebuah halaman web umum. Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urut terbalik (isi atau konten terbaru dahulu baru kemudian diikuti dengan isi atau konten yang lebih lama dimuat), meskipun tidak selamanya demikian. Situs web seperti ini biasanya dapat diakses oleh semua pengguna Internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna *blog* tersebut. Adapun pengguna dari *blog* itu sendiri biasa disebut sebagai *blogger*.

Blog yang merupakan salah satu penyebaran informasi dengan *blogger* sebagai penulisnya menjadi fenomena pertumbuhan media saat ini, karena seorang *blogger* dapat menjadi *role model* terhadap salah satu subjek tertentu, seperti contohnya; *Fashion* dan *Life Style*. Ada banyak remaja putri yang menulis banyak hal mengenai *personal taste* dalam berbusana seperti Diana Rikasari, Claradevi, Marceline Caroline, Atika Devi, dan lain-lain. Para *blogger* tersebut mendapat sebutan *Fashion Blogger*, setiap *blogger* juga memiliki keunikan tersendiri dalam berbusana, sehingga tidak semua *Fashion Blogger* memiliki karakteristik yang sama satu dengan yang lainnya.

Penyajian informasi seputar dunia gaya berbusana dan kecantikan dalam majalah remaja putri tersebut tidak saja dengan tampilan yang menarik namun juga dalam hal aneka ragam yang sedang *trend* khususnya di kota-kota besar baik dalam dan luar negeri seperti Jakarta, Singapore, New York, Paris, Jepang, dan Korea. Dalam hal ini para jurnalis dalam *blog*, berusaha menampilkan informasi yang demikian menarik agar mampu mempengaruhi pemikiran remaja putri tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh media cukup kuat kepada target pembacanya, atau bisa kita sebut remaja putri karena banyak hal dalam *blog* yang disajikan, tidak hanya pengetahuan mengenai cara berpakaian, namun informasi mengenai suatu benda dan serta cita rasa dalam berpakaian. Di dalam dunia *blog* tampilan artikel dan jenis dari tulisan yang disajikan juga cukup berbeda, jika di majalah kita mengenal artikel dan rubrikasi atau sebuah tema besar dari majalah tersebut contohnya seperti majalah *Nylon* terdapat beberapa rubrik di dalamnya seperti: *fashion quotes*, *fashion tips*, *hottest stuff this month*, *fashion spread*, dan

lain sebagainya. Di dalam *blog* tidak memiliki tema artikel yang terorganisir, si penulis akan menulis dari apa yang dia kehendaki untuk menulis, sehingga *blog* terkesan seperti media personal namun memiliki karakteristik penulisan *Feature*, dimana membubuhkan kesan panca indra di dalam artikelnya.

Para *fashion blogger* biasanya akan mem-*posting* (istilah bagi para pengguna blog ketika mengirim atau mengupload artikel, video, foto, dll ke halaman akun *blognya*) segala macam hal yang berbau *fashion* kesehariannya. Tidak hanya memposting foto *ootd*, kadang para *fashion blogger* juga memasukkan unsur lain diluar *fashion* yang merupakan bagian lain dari hobi serta ketertarikan mereka masing-masing. Hal tersebut bisa mengandung unsur politik, kesehatan, ekonomi, olahraga, sosial, *traveling*, dan hal lainnya. Namun unsur yang mendominasi tetap unsur *fashion* dan itu akan terlihat jelas dari tampilan akun beserta *posting-postingan* yang dibuat.

Bagi mahasiswa program studi Pendidikan Tata Busana, *fashion blogger* merupakan fenomena yang sudah tidak asing lagi, dilihat dari pengamatan dan angket sementara lebih dari 95% mahasiswa yang terdiri dari angkatan 2010-2015 pernah mendengar istilah *fashion blogger*, 37% mengakui untuk kesempatan kuliah mengikuti cara berpakaian *fashion blogger* 54% lainnya menjawab terkadang, dan 88% dari jumlah keseluruhan mengakui jika *fashion blogger* memberikan ilmu yang tidak didapatkan dari kampus.

Selain memiliki *followers* atau pengikut di sosial media yang sangat banyak, beberapa *fashion blogger* ternama Indonesia yang juga masuk ke dalam deretan terbanyak yang dibaca oleh mahasiswa tata busana menurut angket pendukung, memang dikenal tidak hanya menjadi *fashion blogger* melainkan ada

yang membuka usaha busana dengan merek sendiri, dan sebagai *influencer* atau orang yang memiliki pengaruh.

Salah satunya adalah Diana Rika Sari yang memiliki jumlah *followers* sebanyak 219.000 di akun instagramnya mengembangkan usaha sendiri 2 lini sepatu dan 1 lini pakaian siap pakai atau *ready to wear*. Prinsip desain pusat perhatian seringkali terlihat di tiap penampilannya, selalu mengedepankan fokus warna, dengan *style* yang cenderung kearah *art of beat*, aksesoris jaket yang terbuat dari kain berbulu, tas yang bentuknya asimetris, motif pakaian dengan teknik *patchwork* atau kain polos yang diisi dengan motif – motif kecil khas Diana. Lain dengan Sonia Eryka yang memiliki followers sebanyak 165.000 di instagramnya, lebih berpenampilan kasual untuk kesempatan sehari-hari dengan pemilihan warna yang cenderung kearah *neutral*, pastel, dan monokrom.

Kemudian Anastasia Siantar dengan *followers* 300.000 memiliki *style* yang cenderung *feminin romantic* dengan *look 50's/60's* dengan sentuhan *modern* dan tampilan warna monokrom dan pastel serta siluet A dan H dengan pengembangan bentuk kerut seringkali menjadi dominan di tiap penampilannya.

Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap stimulus atau obyek (Notoadmodjo, 2003: 24). Terdapat 3 indikator sikap yang akan diukur dalam penelitian ini yaitu; indikator kognisi, indikator afeksi, indikator konasi.

Indikator kognisi meliputi opini, kepercayaan, persepsi, serta pengetahuan mahasiswa tata busana terhadap *fashion blog*, indikator afeksi meliputi perasaan, emosi, ketertarikan mahasiswa tata busana terhadap *fashion blog*, indikator konasi

meliputi tindakan, kehendak untuk berbuat, melakukan, yang merupakan reaksi akhir setelah kognisi dan afeksi.

Mahasiswa sebagai siswa yang di-maha-kan dan identik dengan kelompok masyarakat yang memiliki kemampuan intelektual tinggi serta dinilai memiliki sikap dewasa, kritis, dan peka terhadap fenomena sosial yang ada di sekitarnya diharapkan dapat mengembangkan pengetahuannya dan keterampilannya tidak hanya melalui dunia kampus tetapi juga diluar kampus, salah satunya adalah *fashion blogger* sebagai fenomena dari luar kampus yang memperkenalkan dunia *fashion* secara digital dengan tampilan yang berbeda-beda.

Setiap individu memiliki sikap yang berbeda dalam menyikapi suatu fenomena tertentu, berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang sikap mahasiswa Tata Busana terhadap *fashion blog*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis data tentang sikap mahasiswa Tata Busana terhadap *fashion blog*.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan dengan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti:

1. Bagaimanakah sikap mahasiswa Tata Busana terhadap *fashion blog*?
2. Apakah mahasiswa Tata Busana memiliki pengetahuan terhadap *fashion blog*?
3. Bagaimanakah opini dan persepsi mahasiswa Tata Busana terhadap *fashion blog*?
4. Apakah mahasiswa Tata Busana memiliki ketertarikan terhadap *fashion blog*?

5. Apakah mahasiswa Tata Busana mengikuti dan membaca *fashion blog*?
6. Konten apakah di dalam *fashion blog* yang digemari oleh mahasiswa Tata Busana?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam skripsi ini penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Subjek penelitian adalah mahasiswa Tata Busana Universitas Negeri Jakarta angkatan 2010-2012
2. Sikap mahasiswa Tata Busana terhadap *fashion blog*

1.4 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimanakah sikap mahasiswa Tata Busana terhadap *fashion blog* ?”

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah digambarkan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sikap mahasiswa Tata Busana terhadap *fashion blog*
2. Untuk memperoleh dan menganalisis data mengenai indikator sikap yang memiliki persentase tertinggi diantara indikator kognisi, afeksi, dan konasi

yang nantinya dapat menjadi bahan masukan bagi Program Studi Tata Busana

1.6 MANFAAT PENELITIAN

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait, kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan dan bahan masukan bagi penulis dan pembaca mengenai *fashion blog*.
2. Bahan masukan bagi Program Studi Tata Busana sehubungan dengan pengembangan materi perkuliahan yang sesuai dengan kebutuhan industri busana
3. Memberikan informasi kepada dosen Program Studi Tata Busana mengenai sikap mahasiswa terhadap *fashion blog*, sehingga dapat mengembangkan pengetahuan dan keahlian mahasiswa
4. Sebagai informasi yang berguna bagi mahasiswa Tata Busana untuk meningkatkan pengetahuan seputar dunia *fashion*

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Kerangka Teoritik

2.1.1 Pengertian Sikap

Menurut *Oxford Advanced Learner Dictionary* mencantumkan bahwa sikap (*attitude*) berasal dari bahasa Italia *attitudine* yaitu “*Manner of placing or holding the body, dan way of feeling, thinking or behaving*”. Campbel (1950) dalam buku Notoadmodjo (2003: 29) mengemukakan bahwa sikap adalah “*A syndrome of response consistency with regard to social objects*”, artinya sikap adalah sekumpulan respon yang konsisten terhadap obyek sosial. Dalam buku Notoadmodjo (2003: 24) mengemukakan bahwa sikap (*attitude*) adalah merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap stimulus atau obyek.

Menurut Eagle dan Chaiken (1993) dalam buku A. Wawan dan Dewi M. (2010: 20) mengemukakan bahwa sikap dapat diposisikan sebagai hasil evaluasi terhadap obyek sikap yang diekspresikan ke dalam proses-proses kognitif, afektif (emosi) dan perilaku.

Sikap adalah evaluasi individu yang berupa kecenderungan (*inclination*) terhadap berbagai elemen di luar dirinya (Berkman dan Gilson, 1981). Sedangkan Allport (dalam Sarwono, 2004) mendefinisikan sikap sebagai keadaan siap (*predisposisi*) yang dipelajari untuk merespon objek tertentu yang secara konsisten mengarah pada arah yang mendukung (*favorable*) atau menolak (*unfavorable*). Sikap merupakan kecenderungan seseorang untuk memberi

”reaksi” dalam bentuk emosi maupun perbuatan terhadap gejala atau obyek yang dihadapi (Krech & Richard, 1982)

Sikap adalah organisasi yang relatif stabil dari kepercayaan, perasaan, dan kecenderungan untuk bertindak terhadap sesuatu atau seseorang sebagai obyek sikap (Morris, 1996).

An attitude as a summary evaluation of an object of thought, and the construct of attitudes seems to be an important mediating link between the social information we perceive in our environment and how we respond to it (Bohner & Wänke, 2002).

Sikap merupakan penilaian seseorang yang terbentuk melalui proses kognitif (stimulus, sensasi, persepsi, impresi) dan ditunjukkan dalam derajat positif atau negatif terhadap suatu obyek tertentu (perilaku, situasi, benda, konsep) serta mengandung perasaan suka atau tidak suka dan menentukan bagaimana seseorang bertingkah laku yang dapat dilihat melalui ketiga aspek dari sikap (kognisi, afeksi, dan konasi).

Dari definisi-definisi yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa sikap secara garis besar sikap terdiri dari komponen kognisi (ide yang umumnya berkaitan dengan pembicaraan dan dipelajari), konasi (cenderung mempengaruhi respon sesuai dan tidak sesuai) dan afeksi atau emosi (menyebabkan respon-respon yang konsisten), yang menjadi bentuk reaksi berupa perasaan memihak atau tidak memihak terhadap suatu objek tertentu, sikap dan kecenderungan potensial untuk bereaksi yang merupakan hasil interaksi antara ketiga komponen tersebut yang saling bereaksi, memahami, merasakan dan berperilaku terhadap objek sikap tertentu.

2.1.1.1 Ciri-ciri sikap

Ciri-ciri sikap menurut Heri Purwanto (1998) dalam buku Notoadmodjo (2003: 34) adalah:

1. Sikap bukan dibawa sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan dalam hubungannya dengan suatu obyek tertentu.
2. Sikap dapat berubah-ubah karena itu sikap dapat dipelajari dan sikap dapat berubah apabila terdapat keadaan dan syarat-syarat tertentu yang merubah sikap tersebut.
3. Sikap tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mempunyai hubungan tertentu terhadap suatu obyek. Dengan kata lain sikap itu terbentuk, dipelajari, atau berubah senantiasa berkenaan dengan suatu obyek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.
4. Obyek sikap merupakan suatu hal tertentu tetapi dapat juga merupakan kumpulan dari hal-hal tersebut.
5. Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan, sifat alamiah yang membedakan sikap dan kecakapan- kecakapan atau pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki.

2.1.1.2 Tingkatan Sikap

Menurut Notoadmodjo (2003) dalam buku Wawan dan Dewi (2010), sikap terdiri dari berbagai tingkatan yaitu:

1. Menerima (*receiving*)

Menerima diartikan bahwa subyek mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (obyek).

2. Merespon (*responding*)

Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan tugas yang diberikan merupakan suatu indikasi sikap.

3. Menghargai (*valuing*)

Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga.

4. Bertanggung jawab (*responsible*)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilih dengan segala resiko adalah indikasi sikap yang paling tinggi.

2.1.1.3 Fungsi Sikap

Menurut Katz (1964) dalam buku Wawan dan Dewi (2010: 23) sikap mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

1. Fungsi instrumental atau fungsi penyesuaian atau fungsi manfaat, fungsi ini berkaitan dengan sarana dan tujuan. Masyarakat memandang sejauh mana obyek sikap dapat digunakan sebagai sarana atau alat dalam rangka mencapai tujuan. Bila obyek sikap dapat membantu seseorang dalam mencapai tujuannya, maka lingkungan sekitar akan bersifat positif terhadap obyek tersebut, demikian sebaliknya bila obyek sikap menghambat pencapaian tujuan, maka lingkungan akan bersikap negatif terhadap obyek sikap yang bersangkutan.
2. Fungsi pertahanan ego, sikap ini diambil oleh seseorang pada waktu orang yang bersangkutan terancam keadaan dirinya atau egonya.

3. Fungsi ekspresi nilai merupakan sikap yang ada pada diri seseorang merupakan jalan bagi individu untuk mengekspresikan nilai yang ada pada dirinya, dengan mengekspresikan diri, seseorang akan mendapatkan kepuasan tertentu.
4. Fungsi pengetahuan diartikan bahwa individu mempunyai dorongan untuk ingin mengerti dengan pengalaman-pengalamannya. Yang berarti bila seseorang mempunyai sikap tertentu terhadap suatu obyek, menunjukkan tentang pengetahuan seseorang terhadap obyek sikap yang bersangkutan.

2.1.1.4 Komponen Sikap

Menurut Chaplin (1995) sikap terdiri dari 3 komponen yang saling menunjang yaitu:

1. **Komponen kognisi**

Komponen kognisi sebagai salah satu aspek dalam kepribadian yang menekankan pikiran-pikiran sadar pada manusia. Satu konsep umum yang mencakup semua bentuk pengenalan, termasuk di dalamnya ialah mengamati, melihat, memperhatikan, membayangkan, memperkirakan, berfikir, mempertimbangkan, menduga dan menilai.

2. **Komponen afeksi**

Merupakan aspek kepribadian yang berupa perasaan atau emosi pada diri individu. Chaplin (1995) menjelaskan afeksi sebagai satu kelas yang luas dari proses-proses mental, termasuk perasaan, emosi suasana hati, dan temperamen.

3. Komponen konasi

Aspek konasi kepribadian ditandai dengan tingkah laku yang bertujuan dan impuls untuk berbuat. Konasi berupa bereaksi, berusaha, berkemauan, dan berkehendak. Menurut Freud konasi merupakan wujud dari kognisi dan afeksi dalam bentuk tingkah laku.

2.1.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sikap

Menurut Azwar S (2011, hal 30) faktor-faktor yang mempengaruhi sikap yaitu:

1. Pengalaman pribadi

Pengalaman pribadi dapat menjadi dasar pembentukan sikap apabila pengalaman tersebut meninggalkan kesan yang kuat. Sikap akan lebih mudah terbentuk apabila pengalaman pribadi tersebut terjadi dalam situasi yang melibatkan faktor emosional.

2. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Individu pada umumnya cenderung untuk memiliki sikap yang konformis atau searah dengan sikap seseorang yang dianggap penting. Kecenderungan ini antara lain dimotivasi oleh keinginan untuk berafiliasi dan untuk menghindari konflik dengan orang yang dianggap penting tersebut.

3. Pengaruh kebudayaan

Kebudayaan dapat memberi corak pengalaman individu-individu masyarakat asuhannya. Sebagai akibatnya, tanpa disadari kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap kita terhadap berbagai masalah.

4. Media massa

Dalam pemberitaan surat kabar maupun radio atau media komunikasi lainnya, berita yang seharusnya faktual disampaikan secara obyektif berpengaruh terhadap sikap konsumennya.

5. Lembaga pendidikan dan lembaga agama

Konsep moral dan ajaran dari lembaga pendidikan dan lembaga agama sangat menentukan sistem kepercayaan, sehingga konsep tersebut dapat mempengaruhi sikap.

6. Faktor emosional

Kadang suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari emosi yang berfungsi sebagai sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.

2.1.1.6 Cara Pengukuran Sikap

Pentingnya aspek sikap dalam kehidupan individu, membuat para psikolog mengembangkan teknik-teknik dan instrument untuk mengukur sikap individu, kelompok, maupun massa sebagai dasar penaksiran dan sikap-sikap nasional.

Sikap tidak dapat dilihat secara langsung. Sarlito (2001) mengemukakan bahwa untuk mengetahui bagaimana sikap seseorang terhadap obyek sikap tertentu kita harus melihatnya melalui ketiga domain sikap, yaitu pengetahuan (kognisi), perasaan (afeksi) dan perilakunya (konasi). Pada prinsipnya pengukuran sikap dilakukan dengan menggunakan daftar pernyataan tentang obyek sikap. Subyek atau responden diminta untuk memberikan jawabannya dengan menyatakan setuju, sependapat, suka (sikap positif) dengan pernyataan itu

atau tidak (sikap negatif). Bentuk jawaban bisa berupa "Ya" dan "Tidak" (skala nominal) seperti dalam skala Guttman, bisa berjenjang mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan skor 1-5 Likert atau 1-7 Thurstone atau -3 s.d. +3 (Fishbein & Ajzen, 1975) (Skala Interval). Salah satu teknik pengukuran sikap adalah teknik yang dikembangkan oleh Likert dinamakan *method of summated ratings*. Dasar teorinya adalah bahwa evaluasi seseorang terhadap sebuah obyek sikap dapat diskalakan tanpa membuat perbandingan fisik terlebih dahulu tanpa mengurangi validitasnya. Caranya adalah dengan mengumpulkan sejumlah pernyataan (secara intuitif) tentang suatu sikap, pernyataan-pernyataan itu terdiri dari pernyataan-pernyataan positif maupun negatif dan meliputi domain kognitif (misalnya : X adalah sesuatu yang bermanfaat, X memudahkan saya untuk melakukan Y, X berbahaya jika dalam keadaan Z, dan sebagainya), domain afektif (saya suka X, saya tidak senang terhadap X) dan domain konatif (saya berusaha mendapatkan X, atau saya menghindari X).

Dalam pembuatan dan penggunaan skala ada dua macam populasi yang terkait: populasi subyek dan populasi item. Menurut suatu teori psikometri, setiap skala bisa dipandang memuat "*a random sample of items from a hypothetical domain of items*" (Nunnally, 1980). Menurut Anderson (1981), terdapat dua pendekatan yang dapat membantu membuat pernyataan, serta hal-hal yang patut dipertimbangkan dalam menulis pernyataan. Kedua pendekatan itu disebut *domain-referenced* dan *mapping sentences*, dalam pendekatan *domain-referenced* intensitas dari derajat perasaan dibuat eksplisit dan pernyataan dirumuskan secara tidak ketat. Item-item pernyataan disusun dalam skala sikap dengan memperhatikan kriteria informal dari Edwards (1957), kriteria tersebut menjamin

agar pernyataan yang dipakai dapat memancing sikap yang dimaksud. Skala sikap dibuat untuk mengukur sikap terhadap obyek sikap untuk mengetahui kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap sejumlah item yang berkaitan dengan obyek sikap.

Seperti lazimnya setiap alat ukur dalam Psikologi, maka alat pengukur sikap juga harus memenuhi persyaratan validitas (setiap butir pernyataan harus sungguh-sungguh mengukur apa yang hendak digali) dan reliabilitas (alat ukur itu harus memberikan hasil yang kira-kira sama jika diulang pada waktu-waktu yang berbeda). Persyaratan validitas dan realibilitas harus dipenuhi untuk menghindari kesalahan (*error*), baik kesalahan sistematis (kesalahan tertentu berulang terus menerus) jika alat ukur tidak valid, maupun kesalahan acak (kesalahan terjadi berulang-ulang walaupun tidak pada kesalahan tertentu) jika alat ukur tidak reliabel (Edwards, 1957).

Selanjutnya melalui prosedur tertentu, dari sejumlah pernyataan tertentu itu dipilih mana yang valid dan mana yang tidak valid untuk selanjutnya butir-butir pernyataan yang valid dirangkai dalam suatu alat ukur. Hasil pengukuran adalah rata-rata dari jawaban-jawaban subyek terhadap setiap butir pernyataan tersebut. Makin tinggi skor itu, makin positif sikapnya dan makin kecil skornya, makin negatif sikapnya.

2.1.2 Mahasiswa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mahasiswa atau anak didik adalah suatu komponen manusia yang mempunyai posisi sentral dalam kegiatan belajar mengajar, anak didik atau mahasiswa adalah subjek belajar.

Dapat diartikan bahwa mahasiswa merupakan anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan dirinya melalui proses pendidikan pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.

Umumnya mahasiswa berumur 18-21 tahun, pada usia ini digolongkan mahasiswa sebagai remaja akhir. Dimana pada usia ini seseorang sudah dapat bersikap menerima atau menolak terhadap suatu objek, istilah remaja atau *Andolescence* berasal dari bahasa latin *Andolescentea* yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa” (Desmita, 2000 hal 1989). Istilah *Andolescence* pada saat ini mempunyai arti yang cukup luas mencakup kematangan aspek mental, emosional, sosial, serta fisik.

Remaja dalam artian psikologi pendidikan adalah tahap unsur yang datang setelah masa kanak-kanak, ditandai oleh pertumbuhan fisik yang cepat. Pertumbuhan yang cepat terjadi pada tubuh remaja, luar dan dalam itu membawa akibat yang tidak (Zakiah Darajat, 1999 hal 8).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa remaja adalah mulai dewasa sudah sampai umur untuk kawin (anak laki-laki dan perempuan) (WJS Poerwadarminta, 2000 hal 813).

Semua aspek perkembangan dalam masa remaja secara global berlangsung antara umur 12-21 tahun, dengan pembagian usia 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja pertengahan, 18-21 tahun adalah masa remaja akhir (Monks, 2009).

Menurut tahap perkembangannya, masa remaja dibagi menjadi tiga tahap perkembangan yaitu :

1. Masa remaja awal (12-15 tahun), dengan ciri khas antara lain: lebih dekat dengan teman sebaya, ingin bebas, lebih banyak memperhatikan keadaan tubuhnya dan mulai berpikir abstrak
2. Masa remaja tengah (15-18 tahun), dengan ciri khas antara lain: mencari identitas diri, timbulnya keinginan untuk kencan, mempunyai rasa cinta yang mendalam, mengembangkan kemampuan berpikir abstrak, berkhayal tentang aktivitas seks
3. Masa remaja akhir (18-21 tahun), dengan ciri khas antara lain: pengungkapan identitas diri, lebih selektif dalam mencari teman sebaya, mempunyai citra jasmani dirinya, dapat mewujudkan rasa cinta, mampu berfikir abstrak

Menurut Fuad Kauma (2003 hal 9) ada beberapa kecenderungan yang dialami oleh remaja, diantaranya: kecenderungan untuk meniru, kecenderungan untuk mencari perhatian, kecenderungan untuk menjadi idola disekitarnya, selalu ingin mencoba hal-hal yang baru

Berdasarkan beberapa teori di atas, peneliti mengambil responden mahasiswa yang sedang melaksanakan studi di program studi Tata Busana Universitas Negeri Jakarta, peneliti mengambil responden mahasiswa di program studi tata busana dikarenakan mahasiswa tata busana mempelajari tentang ilmu-ilmu *fashion* dan seharusnya bisa menerima ilmu dari luar kampus yang salah satunya adalah *fashion blog*, dan pada usianya mahasiswa sudah dapat bersikap

menerima atau menolak terhadap suatu objek dan cenderung ingin bereksperimen atau mencoba hal yang baru.

2.1.3 Fashion Blog

Rebeca Blood mengatakan Istilah *blog* sendiri berasal dari kata *weblog*, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Barger pada tahun 1997, yang merupakan suatu bentuk website, yang berisi kumpulan *link-link* ke situs-situs lain di internet yang diperbaharui setiap harinya. Adapun orang yang memiliki *blog* dan menjadi editor / penulis dalam *blognya* sendiri disebut sebagai *blogger*.

Menurut Harvard University *blog* adalah hirarki teks, gambar, objek media dan data, yang tersusun secara kronologis, dan dapat dilihat dalam browser HTML. Dan Darren Rowse menyederhanakannya dengan pengertian bahwa *blog* ialah sejenis situs web yang biasanya disusun dalam urutan kronologis dari tulisan (“*post*”) yang terbaru di bagian atas halaman utama dan yang lebih lama berada dibawah.

Media *blog* pertama kali dipopulerkan oleh Blogger.com, yang dimiliki oleh Pyra Labs sebelum akhirnya diakuisisi oleh Google pada akhir tahun 2002. Semenjak itu, banyak terdapat aplikasi-aplikasi yang bersifat sumber terbuka yang diperuntukkan kepada perkembangan para penulis *blog* tersebut.

Blog mempunyai fungsi yang sangat beragam, mulai dari sebuah catatan harian, media publikasi dalam sebuah kampanye politik, sampai dengan program-program media dan perusahaan-perusahaan. Sebagian *blog* dipelihara oleh seorang penulis tunggal, sementara sebagian lainnya oleh beberapa penulis. Banyak juga *blog* yang memiliki fasilitas interaksi dengan para pengunjunnya,

seperti menggunakan buku tamu dan kolom komentar yang dapat memperkenalkan pengunjungnya untuk meninggalkan komentar atas isi dari tulisan yang dipublikasikan, namun demikian ada juga *blog* yang bersifat sebaliknya (non-interaktif) (Wikipedia).

Sebuah *blog* mode atau *fashion blog* dapat mencakup banyak hal seperti item-item tertentu dari pakaian dan aksesoris, tips kecantikan, tren di berbagai kalangan pasar pakaian seperti *haute couture* maupun *street style*, *fashion* pilihan selebriti dan tren *fashion* jalanan atau biasa disebut dengan *street style* (Corcoran, Cate T, 2006). Mereka mencakup *fashion* di semua tingkatan dari yang terbesar rumah-rumah mode ternama dengan desainer sampai ke tingkat independen terkecil (W Jennifer, 2006).

Banyak *fashion blog* juga bisa dikategorikan sebagai *blog* belanja, seperti isi di dalam majalah mode yang memungkinkan pembaca membeli sesuatu di dalam *blog* tersebut atau yang telah dibahas di *blog* tertentu karena tertarik akan ulasan yang dibuat oleh *fashion blogger*. Beberapa perusahaan *retail* di industri *fashion* menggunakan *blog* untuk mempromosikan produk mereka (La Ferla Ruth, 2006)

Fashion blogger pada umumnya adalah seseorang yang memiliki *blog* dan fokus membahas seputar dunia *fashion* didalam *blog* miliknya, seperti pakaian, aksesoris, saran, dan gaya pribadi.

Menurut Ambika Zutshi CEO dari Fashionbi.com Milan, pada awalnya *Fashion Blogger* hanyalah orang-orang yang tertarik di dunia *fashion* dan memiliki keinginan untuk menyalurkan pendapat serta ide-ide melalui media digital. Menurut Stanley Dirgaprada dari Fimela.com *Fashion Blogger* awalnya

adalah kalangan non profesional atau yang mengawalinya hanya sebagai hobi memiliki *personal style* yang menarik dan didukung oleh koleksi barang-barang fashion yang tidak kalah menarik.

Menurut beberapa *fashion blogger*, mereka menikmati popularitas yang didapat karena mereka menawarkan pendapat yang bersifat alternatif bagi siapapun untuk aktif membuat atau mengkonsumsi mode tanpa syarat atau biaya apapun. Dengan demikian *fashion blog* dianggap sebagai “jalan untuk *fashion*” , sebagai sumber opini publik dan menampilkan penggunaan *fashion* yang aktual oleh masyarakat umum (Bollier & Racine, 2005).

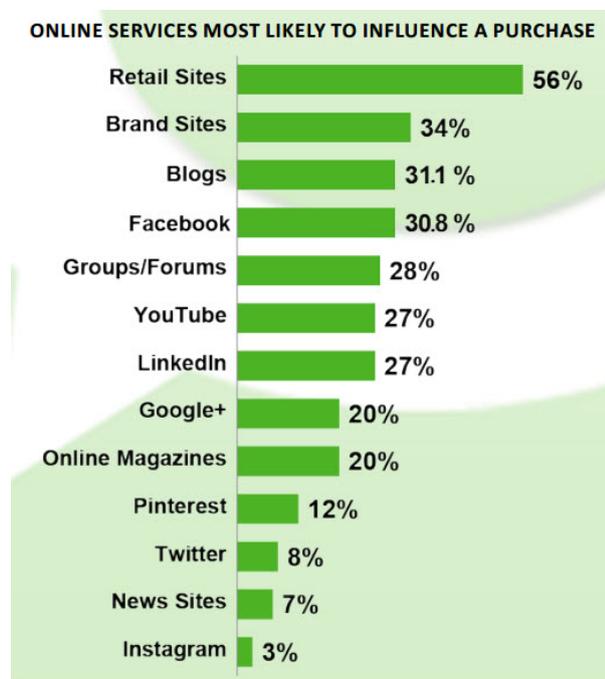
Untuk alasan ini *fashion blog* dapat membantu tidak hanya sebagai inspirasi selama proses pembuatan busana, tetapi juga sebagai sumber opini publik, minat dan preferensi dalam hubungan masyarakat dan pemasaran. (Okonkwo, 2007, Guzelis, 2010).

Stanley Dirgapradja juga mengatakan seorang *Fashion Blogger* yang ternama dan profesional sadar betul bahwa yang melihat halaman *blog* maupun akun media sosial mereka bukan hanya para fans tetapi kemungkinan pengamat yang bekerja di industri *fashion*, yang kemungkinan juga menjadi pelanggan potensial.

Sarah Jones dari *Luxurydaily.com* dalam artikelnya “*How much influence do fashion bloggers have?*” menuliskan sejak awal tahun 2000-an *fashion blogger* memainkan perannya dengan caranya sendiri, tanpa mengikuti tradisi yang sudah ada. Semakin banyaknya konsumen yang mendengarkan mereka, *brand-brand* tersohor pun juga harus menerima para *fashion blogger* ke dalam lingkungan mereka.

Luke Langford dari miamifashionweek.com membuat pernyataan tajam bahwa *Fashion Blogger* lebih berpengaruh dibanding majalah *fashion*, ia mengatakan *blogger* sudah menjadi salah satu bentuk dari media, mendapatkan pengikut dan pembaca tidak hanya dengan memberikan informasi namun melalui pendekatan personal dengan cara merespon komentar maupun pertanyaan dari para pembacanya. Strategi inilah yang membuat *Fashion Blogger* mudah untuk meraih para pengikut, dan banyak majalah *fashion* yang memperkerjakan dan bekerja sama dengan *Fashion Blogger* untuk membantu dalam hal editorial.

Dari sudut pandang industri, pendiri website Independent Fashion Blogger Jennine Jacob melakukan survey tahun 2013 tentang jasa *online* yang paling berpengaruh dalam pembelian, yang terdiri dari 6000 *Influencers*, 1200 konsumen, dan 150 pemasar dari *brand* ternama dan hasilnya *blog* menempati posisi ke 3 dengan jumlah persentase 31%.



Gambar 2.1 Persentase Layanan Online Yang Paling Mempengaruhi Pembelian

Selama acara New York Fashion Week 2011 deretan *fashion designer* ternama seperti Lazaro Hernandez dan McCollough Jack (pemilik dan designer Proenza Schouler), mengambil waktu dari 'jadwal sangat padat' mereka selama *fashion week* untuk membantu mempromosikan karya para *fashion blogger*. Kemudian Lazaro dan McCollough diwawancarai oleh Imran Amed, pendiri dan editor situs www.businessoffashion.com. Dalam 5:15 menit durasi wawancara, dua perancang busana tersebut dimintai berbagai pertanyaan dari penonton para *fashion blogger*, termasuk pendapat pribadi mereka tentang efek penulisan *fashion blog*, bagaimana itu mempengaruhi industri pakaian secara keseluruhan, dan bagaimana tulisan *fashion blog* mempengaruhi proses rancangan dan penjualan mereka. Ketika ditanya tentang pendapat mereka pada efek secara keseluruhan dari *fashion blog*, McCollough menyatakan, "mereka *memposting* hal-hal di blog tentang kami, dan itu akan, menyebar di seluruh internet seperti virus... mereka memiliki dampak luar biasa pada bisnis ini". Lazaro dan McCollough juga menyatakan bagaimana di masa lalu, mereka harus menunggu tiga, empat hari untuk mendengar tinjauan pada bisnis mereka, tetapi sekarang umpan balik yang datang hampir seperti instan. Ketika ditanya tentang bagaimana *blog* secara langsung mempengaruhi desain mereka sendiri, mereka menjelaskannya bersamaan dengan membaca berbagai harian *blog*, mereka mencoba mengambil setiap kritikan (positif maupun negatif) 'dengan sebutir garam', "Kami coba untuk tidak terlalu *obsess* kepada mereka" (McCollough,

Jennine Jacob, cutup terkejut saat mendengar pengakuan dari desainer *fashion* kelas atas bahwa *fashion blog* telah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam dunia *fashion*. Publisist Kelly Cutrone juga menanggapi hal yang

sama, menurutnya saat *fashion blogger* menampilkan apa pun di internet akan terus berlanjut dan hal tersebut yang adalah yang pertama dilihat oleh para desainer. Imran Amed juga mengatakan, memang tidak semua desainer dan editor yang sepenuhnya mengikuti pengaruh yang diberikan oleh *fashion blog* dan sosial media di industri ini, tapi ini adalah fenomena yang cukup baru dan akan membutuhkan waktu untuk *fashion* dunia untuk mendapatkan manfaatnya.

Beberapa *fashion blog* lebih fokus pada konten saran atau tips *fashion*, menampilkan konten bagaimana caranya untuk pembaca awam. Konten membahas pencocokan dan melengkapi warna agar tampil serasi, dan informasi lainnya dengan saran yang preskriptif tentang mengikuti standar dasar dan tren *fashion* terbaru (Dode, Rachel, 2006)

Untuk mulai membuat sebuah *fashion blog* , ada 6 hal yang harus diperhatikan menurut Arabelle dari www.teenvogue.com diantaranya :

1. Menentukan ‘Misi’ Pernyataan

Menentukan apa yang ingin menjadi topik inti dari *blog* tersebut. Apakah sebagai inspirasi berpakaian yang santai? Atau sebagai ulasan dari berbagai *fashion show*?

2. Memilih Nama

Pilih nama yang merangkum kepribadian diri, unik tetapi tidak terlalu rumit agar mudah diingat oleh pembaca.

3. Memilih Sebuah Platform

Dalam menjalankan sebuah *blog* ada beberapa penyedia akun website yang bisa digunakan, seperti *Blogger*, *Tumblr*, *Wordpress* dll. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya.

4. Buat Desain Blog Menjadi Menarik

Buatlah desain *blog* semenarik mungkin agar pembaca tidak bosan untuk melihatnya. Dari mulai tulisan, gambar, foto, serta *layout*. Tetapi yang harus diperhatikan adalah agar tampilan *blog* tidak terlalu berlebihan, karena yang terpenting tetaplah konten *blog*.

5. Mulai *Blogging*

Banyak hal yang bisa ditampilkan dalam sebuah *blog*. Seorang *Fashion Blogger* bisa menulis sesuai konten atau hal-hal yang disenanginya, dapat pula hanya menampilkan foto-foto pribadi maupun ulasan lainnya dari dunia *fashion*.

6. Promosikan Diri

Setelah mulai membuat *blog*, tentunya seorang *blogger* ingin *blog* miliknya diketahui banyak orang. Mempromosikan diri dapat dilakukan mulai dari membagikan halaman *blog* ke sosial media, menuliskan komentar di halaman *blog* milik orang lain, dan memiliki relasi dengan *Fashion Blogger* lainnya.

Setelah mulai membuat *blog*, tentunya seorang *blogger* ingin *blog* miliknya diketahui banyak orang. Mempromosikan diri dapat dilakukan mulai dari membagikan halaman *blog* ke sosial media, menuliskan komentar di halaman *blog* milik orang lain, dan memiliki relasi dengan *Fashion Blogger* lainnya.

Menurut Kelly Fann dari www.made-in-italy.com setidaknya 7 sikap dan karakter yang harus dimiliki oleh seorang *Fashion Blogger*

1. Kepercayaan Diri

Tidak semua orang memiliki selera yang sama. Para pembaca atau pengikut akan memberikan komentar-komentar tentang apapun yang ditampilkan oleh

sang *Blogger*. Jika seorang *Fashion Blogger* memiliki kepercayaan diri akan apa yang ditampilkannya, maka penampilan tersebut tidak hanya akan terlihat menarik, bahkan pengikut atau pembacanya akan semakin bertambah, jika tidak percaya diri akan apa yang dikenakan, maka di setiap tampilan sang *Blogger* akan selalu berusaha sampai “memalsukan” jati dirinya.

2. Keaslian atau Kebenaran

Seorang *Fashion Blogger* harus memiliki karakter tersendiri tanpa malu malu dan tidak menirukan siapapun dan apapun. Sifat Orisinil yang dimiliki akan membuatnya terlihat unik.

3. MemBranding Diri

Istilah yang kerap kali digunakan adalah *Signature Style*, merupakan tampilan yang unik dan khas dari seorang *blogger* yang membuat para pembaca dan pengikut dapat mengenalinya dimana saja dan kapan saja.

4. Memperhatikan Hal-hal Kecil

Tidak hanya isi atau konten *Blog* yang akan diperhatikan oleh pembaca, tetapi warna, *font* huruf, *link-link* yang terdapat didalamnya juga menjadi sorotan. Hal yang kecil bisa membuat pembaca bertambah dan semakin sering mengunjungi *blog* tersebut.

5. Dapat Berkomunikasi Dengan Baik

Hal pertama dalam sebuah komunikasi yang baik adalah membangun hubungan dengan para pembaca atau pengikut, membalas pertanyaan, saling respon, maka pembaca akan lebih sering mengunjungi *blog* tersebut bahkan mempromosikannya, yang kedua adalah coba untuk tidak keluar dari jalur. Tetap membahas apa yang ingin dibahas saja.

6. Menyukai Apa yang Ditampilkan

Membuat *postingan* adalah hal yang wajib bagi para *Fashion Blogger* agar isi *blog* tidak monoton, namun jika yang ditulis hal yang tidak disenangi akan terasa lebih berat. Tidak ada salahnya untuk mengambil waktu sementara mencari inspirasi dari hal-hal yang disenangi agar isi *blog* lebih menarik.

7. Terbuka Apa Adanya

Jika mendapatkan barang promosi dari Desainer maupun merek tertentu, selalu sebutkan asal dari barang tersebut, dan tulis pula harganya jika dibutuhkan. Seorang *Fashion Blogger* yang baik akan selalu terbuka akan apapun dalam halaman blognya terlebih akan hal yang berpotensi menjadi bahan perbincangan.

2.2 Kerangka Berfikir

Sikap merupakan hasil dari pemikiran individu terhadap suatu objek yang telah diberi atau mendapatkan stimulus tertentu untuk menentukan tindakan terhadap objek tersebut. Mahasiswa adalah suatu komponen masyarakat yang berusaha mengembangkan dirinya melalui proses pendidikan pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu. *Fashion blog* merupakan situs atau suatu wadah di internet yang berisikan konten konten *fashion*.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, membuat masyarakat semakin mudah untuk mengakses informasi secara digital. Khususnya mahasiswa yang sudah tidak asing dengan teknologi dengan mudahnya mencari informasi yang dibutuhkan untuk menambah wawasan atau keperluan tugas kuliah, salah satu hal

yang digemari oleh mahasiswa tata busana untuk menambah wawasannya adalah dengan mengakses konten-konten *fashion blog*.

Fashion blog sebagai fenomena sosial yang belum lama muncul menawarkan kemudahan bagi para pecinta *fashion* untuk bisa menikmati konten seputar *fashion* kapan dan dimana saja, serta dikemas dengan gaya dan penulisan yang berbeda beda sehingga menimbulkan minat untuk kembali membuka konten-konten tersebut.

Dengan adanya *fashion blog* diharapkan mahasiswa tata busana mendapatkan wawasan dan referensi tambahan mengenai dunia *fashion* tidak hanya dalam hal berpakaian, namun juga mendapatkan ilmu-ilmu baru seperti bahasa atau istilah-istilah *fashion*, berita terkini seputar *fashion*, dan dari konten yang beragam, *fashion blog* seharusnya dapat memberikan sikap yang positif kepada mahasiswa tata busana.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tujuan Operasional Penelitian

Tujuan operasional penelitian ini adalah untuk memperoleh dan menganalisis data tentang variabel yang diukur yaitu sikap mahasiswa tata busana terhadap *fashion blog*

2.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada semester ganjil semester 105 tahun ajaran 2016/2017, dilakukan di Universitas Negeri Jakarta didasarkan atas pertimbangan banyaknya mahasiswa Tata Busana IKK UNJ yang menjadi pengikut dan pembaca *fashion blog* di sosial media. Selain itu kampus tersebut mudah dijangkau oleh peneliti sehingga memudahkan dalam mendapatkan data penelitian.

2.3 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. (Sugiyono, 2015:3). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989:3), penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sample dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya

dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. (Sugiyono, 2015:14).

2.4 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:61), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jadi variabel penelitian adalah gejala yang bervariasi yang menjadi objek penelitian, meliputi faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel (variabel tunggal) yaitu “Sikap mahasiswa tata busana terhadap *fashion blog*”.

2.5 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel

2.5.1 Definisi Konseptual

Fashion blog adalah situs atau suatu wadah di internet yang berisikan konten konten *fashion* yang disajikan secara berbeda-beda, pemilik atau editor dari *fashion blog* disebut dengan *fashion blogger*, sikap adalah penilaian seseorang yang terbentuk melalui proses stimulus yang diberikan dan ditunjukkan kemudian mengandung perasaan tertentu yang selanjutnya menentukan bagaimana seseorang bertindak laku.

2.5.2 Definisi operasional

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang diukur yaitu Sikap mahasiswa tata busana terhadap *fashion blog*, adalah kecenderungan mahasiswa tata busana dalam bersikap untuk merespon suatu objek dalam bentuk persepsi, opini, pengetahuan, kemudian suka atau tidak suka, bertindak atau tidak terhadap *fashion blog*, diukur dengan menggunakan instrumen dengan skala Likert.

2.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

2.6.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:117). Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program studi Tata Busana angkatan 2010, 2011, 2012

Tabel 3.1 Jumlah Populasi

Angkatan	Jumlah
2010	14
2011	38
2012	61
TOTAL	113

2.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:118). Berdasarkan rumus besar sampel Sugiyono dengan taraf kesalahan 5%, dari jumlah populasi sebanyak 113 mahasiswa terambil jumlah sampel yang berjumlah 87 mahasiswa sebagai responden.

Teknik sampling penelitian ini menggunakan insidental sampling. Insidental sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015:124).

2.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya (Suharsimi Arikunto, 2010: 265). Instrumen dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Kuesioner atau angket adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui (Suharsimi Arikunto, 1999:140).

Ada dua bentuk kuesioner: terbuka dan tertutup. Pada bentuk tertutup, responden dimintai menjawab pertanyaan dan menjawab dengan memilih sejumlah alternatif jawaban, sedangkan kuesioner terbuka merupakan yang meletakkan beban pada responden, karena akan merumuskan pertanyaan dan mengungkapkan pertanyaan dalam bahasa responden (Sulistio Basuki, 2010:161). Jenis kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah langsung dan tertutup, langsung artinya responden menjawab tentang dirinya pada saat itu, tertutup artinya pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden bisa memilih sesuai dengan keadaan sebenarnya (Sanapiah Faisal, 2003:51).

Penyusunan angket berdasarkan indikator dari aspek yang dinilai dan dijabarkan ke dalam setiap pernyataan, selanjutnya dari masing-masing indikator dikembangkan item-item pernyataan yang mewakili indikator-indikator tersebut sehingga tersusunlah instrumen penelitian.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap Fashion Blog

No	Indikator	Deskripsi	Butir Soal	Jumlah
1	Kognisi	Keyakinan, persepsi, dan opini mahasiswa tentang <i>fashion blog</i>	1,2,3,4,5,6,7,8, 9,10,11,13,14,15, 16,17,18,23,31,41,42	21
2	Afeksi	Perasaan, ketertarikan mahasiswa terhadap <i>fashion blog</i>	30,32, 33,34,37,39, 40,45,44	9
3	Konasi	Menerima atau menolak terhadap <i>fashion blog</i>	12,19,20,21, 22,24,25,26,27, 28,29,35,36,38,43	15

Pengukuran ini menggunakan skala Likert, skala likert adalah skala yang dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi responden terhadap suatu objek. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, seperti berikut :

Sangat setuju

Setuju

Tidak setuju

Sangat tidak setuju

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor berupa :

Setuju diberi skor	5
Setuju diberi skor	4
Tidak setuju diberi skor	2
Sangat tidak setuju diberi skor	1

2.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada responden, langkah-langkah yang ditempuh dalam proses pengumpulan data adalah:

1. Mengumpulkan data

Mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan masalah penelitian. Informasi-informasi tersebut diperoleh melalui peninjau literatur yang relevan dan konsultasi dengan para ahli.

2. Penyajian data atau membuat Instrumen

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian berupa angket tertutup (jawaban sudah disediakan) dan menggunakan angket berbentuk check list (√). Butir pernyataan disusun dengan menggunakan skala likert (4 tingkat jawaban)

3. Uji prasyarat instrument

Instrumen akan diuji untuk mengetahui kelayakannya digunakan dalam penelitian dengan pengujian validitas dan reliabilitas secara keseluruhan.

4. Pengolahan Data

Pengolahan data yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pendeskripsian hasil dari data yang telah diperoleh dengan melakukan pengolahan data berupa presentase supaya diperoleh kesimpulan.

5. Interpretasi data

Penafsiran atau memaparkan kesimpulan dari data yang diperoleh setelah dilakukan pengolahan data.

2.9 Uji Prasyarat Instrumen

1. Validitas

Validitas yang diukur adalah validitas Konstruk yaitu dengan menggunakan pendapat ahli (*judgment experts*). Dalam hal ini setelah instrumen dikonstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur dengan berlandaskan teori tertentu, maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli, para ahli diminta pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun tersebut (Sugiyono, 2010: 177).

2. Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan dengan metoda konsistensi internal, yaitu dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrumen (Sugiyono, 2015: 185)

2.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul, dengan persentase jawaban yang berasal dari angket atau kuesioner, lalu dikelompokkan menurut jawaban yang sama kemudian dihitung persentasenya. Dari hasil penelitian, persentase data yang diperoleh diolah dan disajikan dalam bentuk tabel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

Berdasarkan hasil pengumpulan data penelitian yang disebarakan kepada 87 responden mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Busana angkatan 2010-2012 Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, dengan butir pernyataan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya sesuai dengan indikator-indikator penelitian yang sudah ditentukan dan berdasarkan teori-teori yang digunakan.

Instrument yang diberikan mengenai Sikap berupa angket/kuesioner kepada responden berdasarkan 3 indikator yaitu; (a) kognisi (b) afeksi (c) konasi. Ketiga indikator tersebut untuk menganalisis dan memperoleh data sikap mahasiswa tata busana terhadap fashion blog dengan rentang nilai yakni; 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju.

4.2 Pengujian Prasyarat Instrument

Sebagai syarat untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini, maka sebelum mulai mengolah data dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (S1)

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang telah dikonsultasikan kepada 2 dosen ahli.

Berdasarkan uji validitas diketahui tidak ada butir pernyataan yang tidak valid dan dari hasil uji validitas dan reliabilitas terdapat $r = 0.982$ yang berdasarkan tabel nilai-nilai r product moment dengan taraf signifikan sebesar 5%

$r = 0.213$, dalam instrument ini tidak ada pernyataan yang memiliki nilai dibawah 0.213 sehingga dapat dinyatakan semua butir pernyataan valid.

Tabel 4.1 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	45

Berdasarkan nilai alpha conbrach tersebut dapat dikategorikan butir soal sangat andal atau *reliable*, karena nilai alpha lebih besar dari 0.8 dan setiap variabel butir soal memperoleh hasil lebih kecil dari 0.91 karena syarat reliabel jika nilai tersebut secara signifikan lebih kecil dari nilai Alpha Conbrach

4.3 Interpretasi Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap *Fashion Blog*, dengan menggunakan tiga indikator yang akan dideskripsikan berikut ini:

1. Kognisi

Komponen kognisi sebagai salah satu aspek dalam kepribadian yang menekankan pikiran-pikiran sadar pada manusia. Satu konsep umum yang mencakup semua bentuk pengenalan, termasuk di dalamnya ialah mengamati, melihat, memperhatikan, membayangkan, memperkirakan, berfikir, mempertimbangkan, menduga dan menilai. Adapun aspek dari kognisi diantaranya adalah keyakinan, persepsi, dan opini serta pengetahuan mahasiswa tentang *fashion blog*.

Tabel 4.2 Persentase Kognisi

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban							
		Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
1	<i>Blog</i> merupakan singkatan dari <i>weblog</i>	11	12,6%	59	67,8%	15	17,2%	2	2,3%
2	<i>Blog</i> berisikan tentang teks, gambar, objek media, dan data data	44	50,6%	40	46%	2	2,3%	1	1,1%
3	<i>Fashion blog</i> merupakan bagian dari sosial media yang membahas seputar dunia <i>fashion</i>	59	67,8%	28	32,2				
4	Editor atau penulis dari sebuah <i>Fashion blog</i> diesbut dengan <i>fashion blogger</i>	48	55,2%	37	42,5%	2	2,3%		
5	Konten atau isi <i>fashion blog</i> berasal dari pemikiran & pengetahuan <i>fashion blogger</i> tersebut	34	39,1%	44	50,6%	9	10,3%		
6	Konten <i>fashion blog</i> berisikan tentang pakaian, aksesoris, dan tips berpakaian	43	49,4%	40	46%	4	4,6%		
7	Berita seputar dunia <i>fashion</i> terkini menjadi salah satu konten dalam <i>fashion blog</i>	43	49,4%	43	49,4%	1	1,1%		
8	Liputan seputar <i>fashion show</i> merupakan salah satu konten dalam <i>fashion blog</i>	33	37,9%	51	58,6%	3	3,4%		

9	Salah satu konten dalam <i>fashion blog</i> adalah pakaian siap pakai atau ready to wear	29	33,3%	47	54%	10	11,5%	1	1,1%
10	<i>Fashion blog</i> kerap menampilkan promosi dari beberapa merek pakaian atau produk tertentu	27	31%	50	57,5%	10	11,5%		
11	Iklan atau promosi produk tertentu mencerminkan gaya atau <i>personal style fashion blog</i> tersebut	19	21,8%	42	48,3%	24	27,6%	2	2,3%
13	Konten <i>fashion blog</i> dapat menjadi inspirasi dalam berpakaian	38	43,7%	48	55,2%	1	1,1%		
14	Konten <i>fashion blog</i> menjadi salah satu sumber ilmu pengetahuan seputar dunia <i>fashion</i>	14	16,1%	43	49,4%	30	34,5%		
15	<i>Fashion blogger</i> selalu menampilkan gaya berpakaian yang serasi	27	31%	56	64,4%	4	4,6%		
16	<i>Fashion blog</i> selalu memuat konten yang dapat meningkatkan pengetahuan seputar dunia <i>fashion</i>	65	74,7%	21	24,1%	1	1,1%		
17	<i>Ootd</i> adalah singkatan dari <i>outfit of the day</i>	39	44,8%	46	52,9%	2	2,3%		
18	<i>Ootd</i> merupakan salah satu konten di dalam <i>fashion blog</i>	27	31%	55	63,2%	5	5,7%		
23	Jenis konten dalam <i>fashion blog</i> yang paling sering saya lihat adalah pakaian siap pakai atau <i>ready to wear</i>	27	31%	55	63,2%	5	5,7%		

31	Konten yang dimuat <i>fashion blog</i> tentang pakaian sesuai dengan prinsip desain	3	3,4%	49	56,3%	34	39,1%	1	1,1%
41	<i>Fashion blog</i> menampilkan konten yang orisinil	12	13,8%	51	58,6%	24	27,6%		
42	<i>Fashion blog</i> menampilkan konten yang terbaru atau <i>ter up to date</i>	21	24,1%	56	64,4%	10	11,5%		

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil tertinggi sebesar 74,7% mahasiswa menjawab sangat setuju *Fashion blog* selalu memuat konten yang dapat meningkatkan pengetahuan seputar dunia *fashion*, menunjukkan bahwa konten-konten *fashion* di dalam *fashion blog* dapat memberikan peningkatan pengetahuan seputar dunia *fashion*, 97,7% mahasiswa mengetahui *ootd* adalah singkatan dari *outfit of the day*, ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pengetahuan tentang istilah *ootd* yang kerap muncul di *timeline fashion blogger* yang berhubungan dengan 82 atau 94,2% mahasiswa memperhatikan *ootd* merupakan salah satu konten di dalam *fashion blog*, 67,8% berpendapat bahwa *blog* merupakan singkatan dari *weblog* dan *fashion blog* merupakan bagian dari sosial media yang membahas seputar dunia *fashion*, ini menunjukkan bahwa mahasiswa tata busana memiliki pengetahuan secara umum mengenai *fashion blog*, yang berhubungan dengan 97,7% mahasiswa tahu sebutan untuk editor atau penulis dari sebuah *Fashion blog* disebut dengan *fashion blogger*, 96,6% mahasiswa tahu *blog* berisikan tentang teks, gambar, objek media, dan data data, 95,4% mahasiswa mengetahui konten *fashion blog* berisikan tentang pakaian, aksesoris, dan tips berpakaian, 98,8% mahasiswa mengetahui berita seputar dunia

fashion terkini menjadi salah satu konten dalam *fashion blog*, 96,5 mahasiswa mengetahui liputan seputar *fashion show* merupakan salah satu konten dalam *fashion blog*, dan 87,3% mahasiswa tahu salah satu konten dalam *fashion blog* adalah pakaian siap pakai atau ready to wear.

Mahasiswa menjawab sangat setuju 24,1% dan 64,4% menjawab setuju untuk pernyataan *fashion blog* menampilkan konten yang terbaru atau ter *up to date* yang berarti mahasiswa mengetahui isi konten dalam *fashion blog* dan menjadikan konten-konten tersebut untuk meningkatkan pengetahuan tentang dunia *fashion* yang berujung pada 43,7% sangat setuju dan 55,2% setuju menjadikan konten-konten di dalam *fashion blog* sebagai inspirasi dalam berpakaian dan 57 mahasiswa atau setara dengan 65,5% setuju konten *fashion blog* menjadi salah satu sumber ilmu pengetahuan seputar dunia *fashion*

Untuk pernyataan *fashion blog* menampilkan konten yang orisinal 51 mahasiswa atau setara dengan 58,6% setuju yang berarti mahasiswa berpendapat bahwa konten-konten dalam *fashion blog* merupakan konten orisinal yang berdasarkan pengetahuan si *blogger* dan belum pernah di *post* sebelumnya hal ini berhubungan dengan 78 mahasiswa atau setara dengan 89,7% setuju konten atau isi *fashion blog* berasal dari pemikiran & pengetahuan *fashion blogger* tersebut, 49 mahasiswa setuju setara dengan 56,3 jika konten yang dimuat *fashion blog* tentang pakaian sesuai dengan prinsip desain tetapi 34 mahasiswa atau 39,1% menjawab tidak setuju, dapat diartikan bahwa sebagian mahasiswa tidak setuju jika konten pakaian dalam *fashion blog* sesuai dengan prinsip-prinsip desain yang berlaku yang memiliki kemungkinan jika *fashion blogger* tidak memperhatikan prinsip desain saat menampilkan gaya berpakaian, kemudian 82 mahasiswa

atau 94,2% mengatakan konten yang paling sering dilihat dalam *fashion blog* adalah pakaian siap pakai atau *ready to wear*, menunjukkan bahwa mahasiswa menaruh perhatian penuh pada konten tersebut dikarenakan berhubungan dengan pakaian kasual sehari-hari,

Berikut hasil perhitungan total dari indikator kognisi:

Tabel 4.3 kognisi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	1	1,1	1,1	1,1
Tinggi	27	31,0	31,0	32,2
Sangat Tinggi	59	67,8	67,8	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas dari 87 responden terdapat 59 responden yang memiliki indikator kognisi atau pengetahuan dan persepsi yang sangat tinggi dengan persentase 67,8% terhadap *fashion blog*, serta 27 responden memiliki pengetahuan yang tinggi dengan persentase 31.0% terhadap *fashion blog*, sedangkan 1 responden memiliki pengetahuan yang rendah terhadap *fashion blog* dengan persentase hanya 1.1%. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pendidikan tata busana memiliki pengetahuan yang sangat tinggi terhadap *fashion blog* dikarenakan *fashion blog* memberikan wawasan tambahan dan ilmu-ilmu baru kepada mahasiswa seperti istilah *fashion*, gaya berpakaian yang baru, berita-berita terkini seputar dunia *fashion*, serta penggunaan warna dan prinsip-prinsip desain.

2. Afeksi

Merupakan indikator kepribadian yang berupa perasaan atau emosi pada diri individu. Afeksi sebagai satu kelas yang luas dari proses-proses mental, termasuk perasaan, emosi suasana hati, dan temperamen.

Tabel 4.4 Persentase Afeksi

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban							
		Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
30	Saya menyukai <i>fashion blog</i> yang terdapat iklan / promosi suatu barang tertentu di dalamnya	6	6,9%	32	36,8%	41	47,1%	8	9,2%
32	Saya tertarik melihat konten selain seputar <i>fashion</i> dalam <i>fashion blog</i> seperti konten <i>beauty</i> , <i>travel</i> , dan lain-lain	21	24,1%	60	69%	5	5,7%	1	1,1%
33	Beberapa <i>fashion blogger</i> ternama memberikan inspirasi kepada saya untuk lebih meningkatkan potensi diri	21	24,1%	60	69%	6	6,9%		
34	Saya tertarik karena melihat <i>layout</i> atau tampilan desain <i>fashion blog</i>	16	18,4%	67	77%	4	4,6%		
37	Saya percaya kebenaran konten yang dimuat dalam <i>fashion blog</i>	5	5,7%	54	62,1%	27	31%	1	1,1%
39	Saya hanya tertarik pada tulisan atau materi yang dimuat dalam <i>fashion blog</i>	6	6,9%	24	27,6%	55	63,2%	2	2,3%
40	Saya tertarik melihat konten dalam <i>fashion blog</i> yang berkolaborasi dengan <i>fashion blogger</i> lain	18	20,7%	62	71,3%	7	8%		
44	Saya hanya tertarik melihat	15	17,2%	29	33,3%	41	47,1%	2	2,3%

	<i>fashion blog</i> yang gaya berpakaian atau <i>personal style</i> nya sesuai dengan gaya berpakaian saya								
45	Saya tertarik melihat <i>fashion blog</i> yang memiliki <i>personal style</i> yang unik	25	28,7%	55	63,2%	6	6,9%	1	1,1%

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil tertinggi 77% mahasiswa tata busana memiliki ketertarikan karena melihat *layout* atau tampilan desain *fashion blog*, dapat diartikan bahwa yang pertama kali menarik perhatian mahasiswa untuk kemudian melihat isi dan konten *fashion blog* adalah *layout* atau tampilan desain yang diperkuat oleh 63,2% menjawab tidak setuju jika hanya membaca tulisan atau materinya saja

Mahasiswa tertarik melihat konten yang berkolaborasi dengan *fashion blogger* lain sebesar 71,3% dapat dikatakan bahwa mahasiswa semakin tertarik jika konten yang disajikan semakin beragam dengan adanya kolaborasi dengan *blogger* lain, yang berhubungan dengan mahasiswa tertarik melihat konten lain seperti konten *beauty*, *travel*, dan lain-lain sebesar 24,1% menjawab sangat setuju dan 69% setuju. Mahasiswa tertarik melihat *fashion blog* yang berpenampilan unik (63,2 setuju) dan tidak harus sesuai dengan *personal style* pribadi yang dipersentasekan sebesar 47,1% yang berarti bahwa mahasiswa senang akan hal baru yang mungkin belum pernah dilihat sebelumnya agar wawasan semakin bertambah. Sikap positif mahasiswa terhadap *fashion blog* juga ditunjukkan dengan tingginya persentase mahasiswa yang percaya dengan kebenaran konten yang dimuat dalam *fashion blog* sebesar 62,1% dan untuk pernyataan *fashion blog* ternama memberikan inspirasi bagi mahasiswa untuk semakin meningkatkan

potensi diri 69% menjawab setuju & 24,1% menjawab sangat setuju, menunjukkan bahwa *fashion blog* memberikan kontribusi yang positif kepada mahasiswa khususnya mahasiswa tata busana. Kemudian untuk pernyataan menyukai *fashion blog* yang terdapat iklan / promosi suatu barang tertentu di dalamnya jumlah paling sedikit menjawab sangat setuju sebesar 6,9%, 36,8 % setuju & 47,1% tidak setuju, ini menunjukkan mahasiswa tata busana tidak menyukai iklan atau promosi suatu barang tertentu di dalam *fashion blog* dikarenakan suatu iklan tertentu terkadang tidak sesuai dengan *personal style blog* tersebut.

Tabel 4.5 Afeksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	4	4,6	4,6	4,6
Tinggi	59	67,8	67,8	72,4
SangatTinggi	24	27,6	27,6	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas dari 87 responden terdapat 24 responden mahasiswa tata busana yang memiliki ketertarikan sangat tinggi dengan persentase 27,6% terhadap *fashion blog*, serta 59 mahasiswa tata busana memiliki ketertarikan yang tinggi dengan persentase 67,8% *fashion blog*, sedangkan 4 mahasiswa memiliki ketertarikan yang rendah terhadap *fashion blog* dengan persentase hanya 4,6%.

Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tata busana memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap *fashion blog* dikarenakan *fashion blog* memuat konten yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa tata busana seperti berita seputar dunia

fashion, tips untuk berpakaian, bahasa-bahasa *fashion* yang baru, serta sebagai referensi gaya berpakaian untuk berbagai kesempatan.

3. Aspek Konasi

Kepribadian ditandai dengan tingkah laku yang bertujuan dan impuls untuk berbuat. Konasi berupa bereaksi, berusaha, berkemauan, dan berkehendak. Menurut Freud konasi merupakan wujud dari kognisi dan afeksi dalam bentuk tingkah laku.

Tabel 4.6 Persentase Konasi

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban							
		Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
12	<i>Fashion blog</i> memberikan kemudahan pada saya untuk mengakses seputar dunia <i>fashion</i>	37	42,5%	47	54,0%	3	3,4%		
19	Saya mengikuti <i>fashion blogger</i> di sosial media	3	3,4%	49	56,3%	34	39,1%	1	1,1%
20	Saya mengikuti lebih dari satu <i>fashion blogger</i> di sosial media	12	13,8%	51	58,6%	24	27,6%		
21	Saya melihat lebih dari satu <i>fashion blog</i>	26	29,9%	52	59,8%	9	10,3%		
22	Saya menjadikan <i>fashion blog</i> sebagai salah satu sumber inspirasi dalam berpakaian	12	13,8%	54	62,1%	17	19,5%	4	4,6%
24	Saya hanya melihat <i>fashion blog</i> tanpa menjadikannya sebagai acuan atau inspirasi berpakaian	8	9,2%	37	42,5%	39	44,8%	3	3,4%

25	Saya hanya melihat <i>fashion blog</i> dalam negeri	1	1,1%	17	19,5%	50	57,5%	19	21,8%
26	Saya melihat <i>fashion blog</i> dalam dan luar negeri	33	37,9%	47	54,0%	7	8,0%		
27	Saya menjadi <i>follower</i> dan rutin melihat konten <i>fashion blog</i>	11	12,6%	36	41,4%	36	41,2%	4	4,6%
28	Melihat <i>fashion blog</i> hanya di waktu senggang	15	17,2%	61	70,1%	8	9,2%	3	3,4%
29	Saya hanya melihat ulasan seputar <i>fashion show</i> di dalam <i>fashion blog</i>	5	5,7%	28	32,2%	51	58,6%	3	3,4%
35	Saya hanya melihat konten pakaian di dalam <i>fashion blog</i>	5	5,7%	31	35,6%	49	56,3%	2	2,3%
36	Saya hanya melihat konten tips untuk berpakaian dalam <i>fashion blog</i>	2	2,3%	30	34,5%	53	60,9%	2	2,3%
38	Saya melihat keseluruhan konten serta penulisan dalam <i>fashion blog</i>	10	11,5%	60	69,0%	17	19,5%		
43	Saya hanya melihat konten <i>fashion blog</i> yang disponsori oleh suatu <i>brand</i> atau produk tertentu	3	3,4%	15	17,2%	63	72,4%	6	6,9%

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil tertinggi sebesar 72,4% mahasiswa menjawab tidak setuju melihat konten *fashion blog* yang hanya disponsori oleh suatu *brand* atau produk tertentu diartikan bahwa mahasiswa lebih tertarik pada konten yang dibuat sendiri oleh *fashion blogger* tanpa perlu disponsori atau menyebutkan suatu *brand* tertentu, berikutnya 70,1% menjawab

setuju melihat fashion blog hanya di waktu senggang, yang berarti bahwa tidak ada waktu khusus yang dipersiapkan untuk melihat *fashion blog*.

Mahasiswa menjawab 44,4% sangat setuju dan 52,9% setuju untuk pernyataan *fashion blog* memberikan kemudahan untuk mengakses seputar dunia *fashion*, yang dapat diartikan bahwa *fashion blog* dapat diakses kapan dan dimana saja dan memberikan konten *fashion* yang beragam, pernyataan ini diperkuat oleh 25,3% sangat setuju & 57,5% setuju mahasiswa mengikuti *fashion blog*, 27,6% & 52,9% mengikuti lebih dari satu *fashion blog*, 29,9% & 59,8% melihat lebih dari satu *fashion blog*, 12,6% sangat setuju & 41,4% responden menjadi *follower* dan rutin melihat *fashion blog*, yang berarti bahwa mahasiswa rutin melihat dan mengikuti agar konten *fashion blog* sudah tersedia di laman sosial media pribadi mereka dan tidak perlu mencari lagi, serta 69% responden melihat keseluruhan konten & penulisan di dalam *fashion blog*.

Sikap positif mahasiswa terhadap *fashion blog* juga terlihat di persentase 75,9% mahasiswa menjadikan *fashion blog* sebagai inspirasi dalam berpakaian dan 91,9% mahasiswa melihat *fashion blog* dalam & luar negeri, ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak tanggung-tanggung dalam mencari inspirasi berpakaian, *blogger* dalam dan luar negeri juga dijadikan sebagai referensi sehingga wawasan yang didapat oleh mahasiswa tata busana semakin beragam.

Konten-konten yang dilihat mahasiswa tata busana pun beragam, 37,9% yang hanya melihat ulasan seputar *fashion show* di dalam *fashion blog*, 41,3% yang hanya melihat konten tentang pakaian di dalam *fashion blog*, dan 80,5% melihat keseluruhan konten di dalam *fashion blog*, menunjukkan mahasiswa tata busana melihat keseluruhan hal yang ditulis atau yang di *post* oleh *fashion*

blogger, baik konten *fashion* maupun bukan mahasiswa tata busana menikmati hal-hal yang ‘disajikan’ oleh *fashion blog* karena kontennya yang beragam dan dikemas dengan cara yang berbeda-beda sehingga membuat mahasiswa tidak bosan dan tetap melihat *fashion blog*.

Tabel 4.7 Konasi

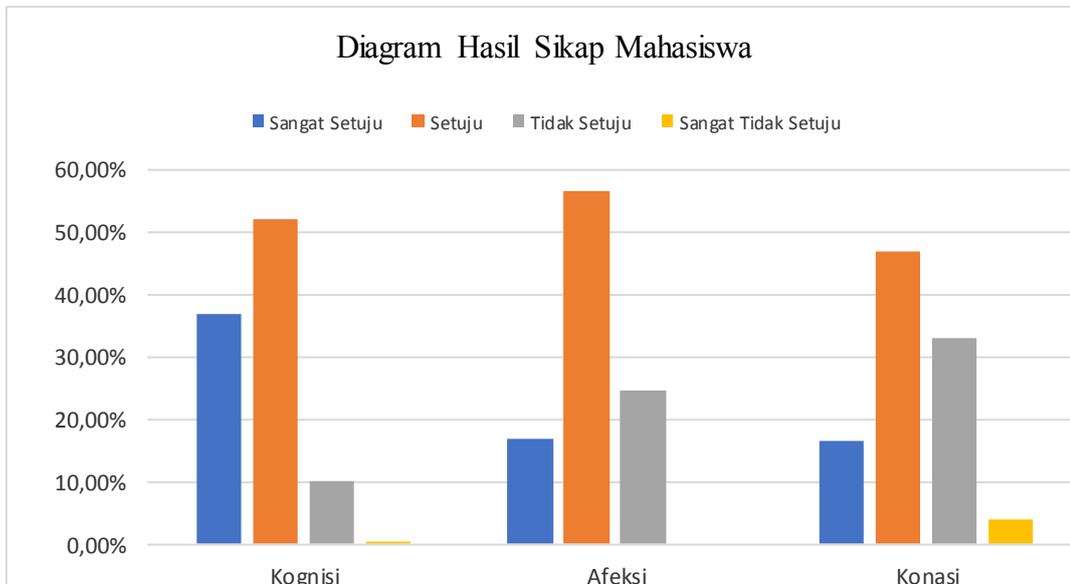
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menolak	5	5,7	5,7	5,7
Menerima	59	67,8	67,8	73,6
Sangat Menerima	23	26,4	26,4	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas dari 87 responden terdapat 23 mahasiswa tata busana yang bersikap sangat menerima dengan persentase 26,4% terhadap *fashion blog*, 59 responden bersikap menerima dengan persentase 67,8%, sedangkan 5 responden bersikap menolak terhadap *fashion blog* dengan persentase hanya 5,7%.

Yang dimaksud bersikap menerima dalam indikator konasi adalah berbuat, yaitu mahasiswa tata busana yang melakukan, berbuat, atau dalam hal ini rutin melihat *fashion blog*, sehingga dapat disimpulkan dari pengetahuan yang didapat oleh mahasiswa serta adanya ketertarikan, mahasiswa tata busana memiliki sikap yang positif dan menerima terhadap *fashion blog* dikarenakan *fashion blog* memuat konten yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa tata busana baik untuk menambah wawasan seputar dunia *fashion* maupun sebagai inspirasi dalam berpakaian.

4.4 Hasil Pembahasan Data Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap *Fashion Blog* diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 4.1 Diagram Hasil Data Penelitian

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tata busana memiliki indikator Afeksi atau ketertarikan terhadap *fashion blog* sebesar 73,6% (dilihat dari kalkulasi mahasiswa yang menjawab sangat setuju dan setuju untuk item-item pernyataan indikator afeksi), perasaan dan ketertarikan merupakan penentuan dari sikap selanjutnya apakah menerima atau menolak terhadap aktifitas atau konten *fashion blog*, ketertarikan muncul dari pengetahuan yang sudah didapat sebelumnya yang dapat diartikan bahwa mahasiswa memiliki pengetahuan mengenai *fashion blog* sebesar 89%, kemudian indikator terakhir yaitu konasi yang merupakan keputusan akhir mahasiswa menunjukkan sebesar 63,3% bertindak, melakukan, melihat, mengikuti, dan menerima *fashion blog*.

4.5 Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap *Fashion Blog*

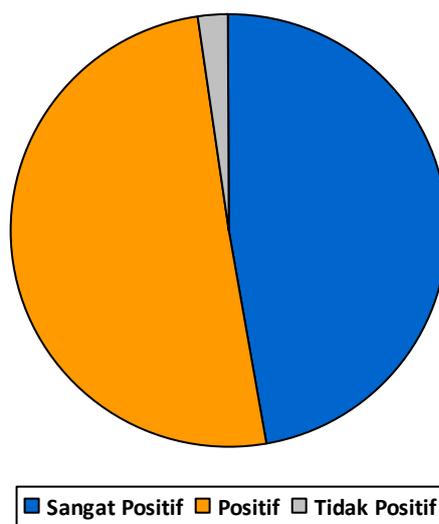
Berikut adalah hasil perhitungan kuesioner mengenai sikap mahasiswa tata busana terhadap *fashion blog*:

Tabel 4.8 Sikap Mahasiswa Terhadap *Fashion Blog*

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak positif	2	2,3	2,3	2,3
positif	44	50,6	50,6	52,9
sangat positif	41	47,1	47,1	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh data bahwa 47,1% mahasiswa memiliki sikap yang sangat positif atau sangat menerima terhadap *fashion blog*, serta 50,6% memiliki sikap yang positif dan 2,3% memiliki sikap yang tidak positif. Berikut diagram mengenai sikap mahasiswa tata busana terhadap *fashion blog*

Sikap Mahasiswa Terhadap Fashion Blog



Gambar 4.2 Diagram Lingkar Hasil Data Penelitian

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan reaksi yang baik terhadap *fashion blog*. Hal tersebut dikarenakan *fashion blog* sebagai fenomena sosial dalam versi digital yang belum lama muncul dan dikemas dengan sentuhan modern membuat mudah diterima oleh mahasiswa karena hampir seluruh mahasiswa mengakses internet, sehingga dengan mudahnya mahasiswa dapat mengakses *fashion blog* kapan dan dimana saja.

Keberagaman jenis *fashion blog* juga menjadi salah satu faktor yang membuat fenomena ini semakin dikenal luas, mahasiswa dengan mudahnya akan mengakses *fashion blog* yang sesuai dengan apa yang ingin dicari. Contohnya untuk tugas kuliah desain aksesoris, mahasiswa dapat membuka *blog* milik *blogger* Diana Rika Sari, karena berisikan konten konten yang secara desain kontras warna dan cenderung unik, kemudian untuk inspirasi pakaian kasual untuk kesempatan sehari-hari mahasiswa dapat melihat konten-konten *blog* milik Sonia Eryka, Anastasia Siantar, Ayla Dimitri, dll. Hasil angket juga menunjukkan bahwa mahasiswa senang melihat konten-konten selain seputar *fashion* seperti konten *beauty*, *travel*, *food*, dan sebagainya, karena pada umumnya mahasiswa yang mengakses *fashion blog* adalah perempuan dan sebagian besar *fashion blog* yang dilihat juga perempuan, sehingga membuat para *blogger* dapat dengan mudah merebut hati pembacanya untuk konten *beauty*.

Respon yang positif dari mahasiswa terhadap *fashion blog* juga dibuktikan dengan mahasiswa memiliki pengetahuan yang tinggi sebesar 98,8% tentang pandangan umum serta konten-konten yang terdapat di dalam *fashion blog*, yang berarti bahwa *fashion blog* sudah tidak asing lagi bagi mahasiswa, karena 89,7% mahasiswa melihat lebih dari satu *fashion blog*.

Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa menjadikan *fashion blog* sebagai salah satu sumber untuk menambah wawasan diluar pembelajaran formal, dan sebagai inspirasi untuk berpakaian.

4.7 Kelemahan Penelitian

Penelitian ini telah memberikan kejelasan mengenai sikap mahasiswa Tata Busana terhadap *fashion blog*. Namun demikian, penelitian ini masih memiliki kelemahan dan keterbatasan, diantaranya adalah:

1. Dalam pengisian angket diharapkan responden mengisi sesuai dengan opini pribadi masing masing, tetapi tidak menutup kemungkinan responden mengisi mmengikuti teman atau tidak sesuai dengan pengetahuannya.
2. Diharapkan sebelum menjawab pernyataan, responden membaca terlebih dahulu dengan teliti, namun tidak memungkinkan responden tidak membaca dengan cermat

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap mahasiswa tata busana terhadap *fashion blog*. Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Tata Busana, Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, pengambilan data dengan cara survey, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampel Insidental. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Tata Busana angkatan 2010-2012.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan indikator kognisi, afeksi, dan konasi yang berisi 45 butir pernyataan untuk variabel Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap *Fashion Blog*. Butir pernyataan yang telah diuji validitasnya, setelah data terkumpul melalui jawaban responden, kemudian dilakukan tinjauan data, hasil tinjauan menunjukkan bahwa 89% mahasiswa tata busana memiliki pengetahuan tentang *fashion blog*, 73,6% mahasiswa tata busana memiliki ketertarikan terhadap *fashion blog*, kemudian 63,3% mahasiswa tata busana yang bertindak atau melihat, mengikuti, membaca *fashion blog*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas maka implikasi yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian adalah :

1. Penelitian ini menunjukkan sebagian besar mahasiswa memiliki sikap yang positif terhadap *fashion blog*, melalui sikap yang positif diharapkan

mahasiswa dapat menjadikan *fashion blog* sebagai media untuk lebih menambah wawasan dan meningkatkan potensi diri .

2. Program studi tata busana dapat mengetahui bagaimana sikap mahasiswa terhadap *fashion blog*, sehingga bisa membantu untuk lebih mengembangkan pengetahuan dan keahlian mahasiswa.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Kepada para mahasiswa diharapkan untuk lebih memahami mengenai lingkup budaya *fashion blog*, dan mengambil hal-hal yang memberikan kontribusi agar semakin menambah wawasan, pengetahuan, membuka pikiran tentang dunia luar, dan keahlian seputar dunia *fashion*.
2. Untuk dapat dijadikan bahan masukan, gambaran atau informasi kepada mahasiswa Prodi Tata Busana tentang bagaimana sikap mahasiswa terhadap *fashion blog*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J.R. and Boudart, M., 1981, *Catalysis Science and Technology*, First Edition, Springer Verlag, Berlin
- Arikunto, Suharsimi, 1999, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : PT.Rineka Cipta
- Azwar, S. 2011. *Sikap dan Perilaku. Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. 2nd ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basuki, Sulistyo. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta : Penaku
- Bernier, D. & Yosko, S. (2001). Designing and evaluating printed education materials: model and instrument. *Pat Educ Couns*, 18:102-111.
- Blood, Rebecca. September 7, 2000. *Weblogs: A History And Perspective*
- Bohner, G. & Wanke, M. (2002). *Attitude and Attitude Change*. USA: Psychology Press
- Bollier, D. dan Racine, L. 2005. *Creativity in Fashion & Digital Culture*. California: USC Annenberg
- Chaplin, C.P. 1995. *Kamus Lengkap Psikologi. Penerjemah: Kartini Kartono*. Jakarta: Rajawali Pers
- Corcoran, Cate T. Blogging for bags, "Women's Wear Daily", October 23, 2006
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Desmita. 2009. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Dodes, Rachel. "Bloggers get under the tent", The Wall Street Journal, September 12, 2006. Accessed November 18, 2006
- Edwards, A. 1957, *Techniques of Attitude Scale Construction*. New York: Appleton Centuri INC
- Fuad Kauma. 1999. *Sensasi Remaja di Masa Puber (Dampak Negatif dan Upaya Penanggulangannya)*. Jakarta: Kalam Mulia

Krech, David., Crutchfield, Richard S, Ballachey, Egerton L. 1982. *Individual in Society, a Textbook of Social Psychology*. Hill International Book Company

La Ferla, Ruth. "Online, Feisty Critics", The New York Times, September 8, 2005. Accessed November 24, 2006

Liebert, R. M., & Morris, L.W. 2000. *Cognitive and emotional components of test anxiety: A distinction and some initial data. Journal of Psychological Vol.20*

Monks, 2009. *Tahap Perkembangan Masa Remaja. Medical Journal New Jersey Muagman, 1980. Defenisi Remaja*. Jakarta: Grafindo Jakarta

Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta

Poerwadarminta. W.J.S. 2003. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka

Sanapiah Faisal. (1990), *Penelitian Kualitatif, Dasar-dasar dan Aplikasi*, Yayasan Asih,Asah dan Asuh, Malang

Sarwono, S. W. 2004. *Psikologi remaja*. Edisi revisi 8. Jakarta : Raja Grafindo Pustaka

Sarwono, W. Sarlito. 2001. *Psikologi remaja*. Edisi Satu. Cetakan keenam. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA, CV

Wawan, A dan Dewi, M. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Manusia.. Yogyakarta: Nuha Medika*

Weil, Jennifer with contributions from Corcoran, Cate T. and Moir, Jane. In their sites, "Women's Wear Daily", June 29, 2006

Zakiah Darajat, dkk. 2001. *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, Bumi Aksara, Jakarta

https://en.wikipedia.org/wiki/Blog#cite_note-1

<http://fashionbi.com/insights/marketing-research/the-influence-of-fashion-bloggers>

<http://www.fimela.com/fashion-style/fashion-blogger-jangan-hanya-posting-ootd-jadilah-berpengaruh-seperti-para-blogger-ini-1502055.html>

<http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/rt/printerFriendly/4314/3739>

<http://www.made-in-italy.com/italian-fashion/news/how-to-become-a-fashion-blogger>

http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html

<http://www.teenvogue.com/gallery/how-to-start-a-fashion-blog#7>



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Aida Mutia Hasna, lahir di Jakarta, 02 april 1993, merupakan anak ke-2 dari 2 bersaudara dari pasangan Bapak Arise Agus Danhi dan Ibu Ltifah Ali. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di Bintara XIV no.125 bintara 17134, Bekasi.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu TK di TK Janti Kebon Kosong. Kemudian melanjutkan di SDN Kebon Kosong 04 pagi, lalu SMP Negeri 05 Jakarta, dan melanjutkan ke SMK Negeri 27 Jakarta. Setelah itu kuliah di Universita Negeri Jakarta Jurusan Pendidikan Tata Busana S1, Pada semester ganjil tahun 2016 penulis telah menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Sikap Mahasiswa Tata Busana Terhadap Fashion Blog”.

No telp: 081280908259

Email : Gatesinside@yahoo.com

KISI-KISI PERTANYAAN

NO.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	<i>Blog</i> merupakan singkatan dari <i>weblog</i>				
2	<i>Blog</i> berisikan tentang teks, gambar, objek media, dan data data				
3	<i>Fashion blog</i> merupakan bagian dari sosial media yang membahas seputar dunia <i>fashion</i>				
4	Editor atau penulis dari sebuah <i>Fashion blog</i> diesbut dengan <i>fashion blogger</i>				
5	Konten atau isi <i>fashion blog</i> berasal dari pemikiran & pengetahuan <i>fashion blogger</i> tersebut				
6	Konten <i>fashion blog</i> berisikan tentang pakaian, aksesoris, dan tips berpakaian				
7	Berita seputar dunia <i>fashion</i> terkini menjadi salah satu konten dalam <i>fashion blog</i>				
8	Liputan seputar <i>fashion show</i> merupakan salah satu konten dalam <i>fashion blog</i>				
9	Salah satu konten dalam <i>fashion blog</i> adalah pakaian siap pakai atau ready to wear				
10	<i>Fashion blog</i> kerap menampilkan promosi dari beberapa merek pakaian atau produk tertentu				
11	Iklan atau promosi produk tertentu mencerminkan gaya atau <i>personal style fashion blog</i> tersebut				
12	<i>Fashion blog</i> memberikan kemudahan pada saya untuk mengakses seputar dunia <i>fashion</i>				
13	Konten <i>fashion blog</i> dapat menjadi inspirasi dalam berpakaian				
14	Konten <i>fashion blog</i> menjadi salah satu sumber ilmu pengetahuan seputar dunia <i>fashion</i>				
15	<i>Fashion blogger</i> selalu menampilkan gaya berpakaian yang serasi				
16	<i>Fashion blog</i> selalu memuat konten yang dapat				

	meningkatkan pengetahuan seputar dunia <i>fashion</i>				
17	<i>Ootd</i> adalah singkatan dari <i>outfit of the day</i>				
18	<i>Ootd</i> merupakan salah satu konten di dalam <i>fashion blog</i>				
19	Saya mengikuti <i>fashion blogger</i> di sosial media				
20	Saya mengikuti lebih dari satu <i>fashion blogger</i> di sosial media				
21	Saya melihat lebih dari satu <i>fashion blog</i>				
22	Saya menjadikan <i>fashion blog</i> sebagai salah satu sumber inspirasi dalam berpakaian				
23	Jenis konten dalam <i>fashion blog</i> yang paling sering saya lihat adalah pakaian siap pakai atau <i>ready to wear</i>				
24	Saya hanya melihat <i>fashion blog</i> tanpa menjadikannya sebagai acuan atau inspirasi berpakaian				
25	Saya hanya melihat <i>fashion blog</i> dalam negeri				
26	Saya melihat <i>fashion blog</i> dalam dan luar negeri				
27	Saya menjadi <i>follower</i> dan rutin melihat konten <i>fashion blog</i>				
28	Melihat <i>fashion blog</i> hanya di waktu senggang				
29	Saya hanya melihat ulasan seputar <i>fashion show</i> di dalam <i>fashion blog</i>				
30	Saya menyukai <i>fashion blog</i> yang terdapat iklan / promosi suatu barang tertentu di dalamnya				
31	Konten yang dimuat <i>fashion blog</i> tentang pakaian sesuai dengan prinsip desain				
32	Saya tertarik melihat konten selain seputar <i>fashion</i> dalam <i>fashion blog</i> seperti konten <i>beauty</i> , <i>travel</i> , dan lain-lain				
33	Beberapa <i>fashion blogger</i> ternama memberikan inspirasi kepada saya untuk lebih meningkatkan				

	potensi diri				
34	Saya tertarik karena melihat <i>layout</i> atau tampilan desain <i>fashion blog</i>				
35	Saya hanya melihat konten pakaian di dalam <i>fashion blog</i>				
36	Saya hanya melihat konten tips untuk berpakaian dalam <i>fashion blog</i>				
37	Saya percaya kebenaran konten yang dimuat dalam <i>fashion blog</i>				
38	Saya melihat keseluruhan konten serta penulisan dalam <i>fashion blog</i>				
39	Saya hanya tertarik pada tulisan atau materi yang dimuat dalam <i>fashion blog</i>				
40	Saya tertarik melihat konten dalam <i>fashion blog</i> yang berkolaborasi dengan <i>fashion blogger</i> lain				
41	<i>Fashion blog</i> menampilkan konten yang orisinal				
42	<i>Fashion blog</i> menampilkan konten yang terbaru atau <i>ter up to date</i>				
43	Saya hanya melihat konten <i>fashion blog</i> yang disponsori oleh suatu <i>brand</i> atau produk tertentu				
44	Saya hanya tertarik melihat <i>fashion blog</i> yang gaya berpakaian atau <i>personal style</i> nya sesuai dengan gaya berpakaian saya				
45	Saya tertarik melihat <i>fashion blog</i> yang memiliki <i>personal style</i> yang unik				