

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardiyanti, N. (2017). *Peran Penting Konsep Diri dalam Membentuk Track Record*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Atwater, E. (1991). *Psychology of Adjustment: Personal Growth in a Changing World*. New York: Prentice Hall Inc.
- Dharsono, S. K. (2007). *Estetika*. Bandung: Rekayasa Sains Bandung.
- Frow, J. (2015). *Genre*. London: Routledge.
- Hayward, S. (2000). *Cinema Studies: The Key Concept*. London and New York: Routledge.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style*. London: Routledge.
- Lubis, D. A. (2014). *Postmodernisme : Teori & Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- McAdams, D., & Dunlop, W. (2022). *A New Introduction to Personality Psychology*. Massachusetts: John Wiley & Sons, Inc.
- Pervin, L. &. (1997). *Personality: Theory and Research*. New York: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumardjo, J., & Nalan, A. (2017). *Pengantar Sejarah dan Konsep Estetika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sutrisno, E. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Tawas, H., & Benrnhard, T. (2017). *Metode Analisis Data Untuk Penelitian Manajemen & Bisnis*. Rumah Indie.

Jurnal:

- Anand, S., & Kaur, H. (2018). *Fashion self-congruity: scale development and validation*. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal.

- Cahyadi, I. S. (2023). *Studi Eksplorasi Perspektif Generasi Z Terkait Fesyen Berkelanjutan (Sustainable Fashion)*.
- Casidy, R., Nuryana, A., & Hati, S. (2015). *Linking fashion consciousness with Gen Y attitude towards prestige brands*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics.
- Cowart, K., F.L, G., & W.E, A. (2008). *A structural look at consumer innovativeness and self-congruence in new product purchases*. Psychology & Marketing 25.
- Giolo G, B. M. (2023). *The Aesthetic of the self: The meaning making of Internet Aesthetics*. First Monday.
- Godart, F. (2018). *What is style not in fashion? Using the concept of style to understand the creative industries*. Frontiers of creative industries: Exploring structural and categorical dynamics. Research in the sociology of organizations, 103-128.
- Goldsmith, R. (1996). *The self-concept of fashion leaders*. Clothing and Textile Research Journal.
- Goldsmith, R., & Clark, R. A. (2008). *An analysis of factors affecting fashion opinion leadership and fashion opinion seeking*. Journal of Fashion Marketing and Management.
- Govers, P. (2005). *Product personality and its influence on consumer preference*. Journal of Consumer Marketing.
- Haryoto, L. J. (2022). *PENGARUH KECEMASAN KOMUNIKASI TERHADAP SELF-IMAGE PADA KALANGAN GENERASI Z*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Martin, C. (2000). *Do role models influence teenagers' purchase intentions and behaviour?* Journal of Consumer Marketing.
- Maspriyadi. (2019). *Pengaruh Kepemimpinan, Pengetahuan, Keterampilan dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bojonegoro*. Jurnal Manajemen dan Administrasi Publik, 73-87.
- Niamh, M. (2022). *You Are What You Wear: Fashion Self Congruity and It's Relationship with Self Esteem in Generation Z dan Millenial Consumers*.

- Pradesh, U. (2021). *Introduction to Fashion. Concept of Fashion*.
- Przybylsky, A. K. (2013). *Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out*. *Journals of Computers in Human Behavior*.
- Rusdi, H. (2022). *The Influence of The Fashion Style used by Influencers on The Appearance Style of Gen-Z*. Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia.
- Sirgy, J. (2008). *Effect of self-congruity with sponsorship on brand loyalty*. *Journal of Business Research*.
- Sirgy, M. (1982). *Self-concept in consumer behavior : A critical review*. *Journal of Consumer Research*.
- Sirgy, M. J. (1997). *Assessing the predictive validity of two methods of measuring self-image congruence*. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Wahyudi, T. (2019). *Estetika*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Yunda Melyanita, N. Y. (2023). *Penggunaan Make up sebagai Bentuk Citra Diri Gen-Z*. Bandung Conferences Series: Public Relations.

Website:

- Aesthetic Wiki. (2023, October 1). *Aesthetic Wiki*. Retrieved from Aesthetic Wiki: https://aesthetics.fandom.com/wiki/Aesthetics_Wiki
- Amy, D. (2020). *Decoding Gen-Z Identity Construction in Social Networks Through The Pardigm of Branding*.
- Bateman, K. (2022, October 26). *Academia lives - on TikTok*. Retrieved from New York Times: <https://www.nytimes.com/2020/06/30/style/dark-academia-tiktok.html>
- Exellence Magazine. (2023, January 23). *Hermès amazes Paris with a punk-chic collection*. Retrieved from Exellence Magazine: <https://www.excellencemagazine.luxury/hermes-amazes-paris-with-a-punk-chic-collection/>
- Fitinline. (2021, July 7). *6 Macam Style Fashion Menurut Kepribadian Pemakainya*. Retrieved from Fitinline: <https://fitinline.com/article/read/6-macam-style-fashion-menurut-kepribadian-pemakainya/>

Harlow, S. (2023, March 2). *How are Gen Z and Millennials Driving Nostalgia?*
Retrieved from GWI.com: <https://blog.gwi.com/trends/nostalgia-trend/>

Ingram, S. (2022, July 1). *What was punk – and why did it scare people so much?*
Retrieved from National Geographic UK:
<https://www.nationalgeographic.co.uk/history-and-civilisation/2022/07/what-was-punk-and-why-did-it-scare-people-so-much>

Kumara, S. (2023). *THE ART OF SELF-EXPRESSION: GEN Z'S INFLUENCE ON FASHION, ART, AND MUSIC TRENDS*. Retrieved from thesmedia.id:
<https://thesmedia.id/posts/the-art-of-self-expression-gen-z-s-influence-on-fashion-art-and-music-trends>

Marcia, T. (2021, 2 27). *Gen Z is Driving Demand for Cottagecore Goods*.
Retrieved from Forbes:
<https://www.forbes.com/sites/marciaturner/2021/02/27/gen-z-is-driving-demand-for-cottagecore-goods/>

Nidermeyer, E. (2023, November 11). *Comfort in a Simpler Time: Gen Z Nostalgia*. Retrieved from Woof Magazine.com: <https://woof-mag.com/2023/11/11/comfort-in-a-simpler-time-gen-z-nostalgia/>

Online Etymology Dictionary. (2023). *Online Etymology Dictionary*. Retrieved from Online Etymology Dictionary:
<https://www.etymonline.com/word/fashion>



GLOSARIUM

A

Actual Self : Salah satu jenis self image. Merupakan kesesuaian antara brand personality dengan self-image yang actual atau asli dari konsumen.

Alice in Wonderland : Cerita fiksi karya sastra inggris klasik yang ditulis oleh Lewis Carroll. Kemudian diadaptasi menjadi sebuah film tahun 2010 oleh Tim Burton dan dimainkan oleh Johnny Depp.

Animal Print : Merupakan motif garmen menyerupai kulit atau bulu binatang.

B

Brand Personality : Konsep bagaimana perusahaan mengekspresikan dirinya melalui nilai-nilai inti, keyakinan, dan visualnya.

Breakfast at Tiffany's : Film komedi romantis tahun 1961 yang dibintangi Audrey Hepburn.

Britney Spears : Penyanyi asal Amerika. Dijuluki Princess of Pop di era tahun 1990 – 2000an.

C

Call Me by Your Name : Film drama romantic tahun 2017 di direksi oleh Luca Guadagnino.

Cartier : Perusahaan produsen perhiasan mewah asal Prancis, didirikan tahun 1847.

Cottagecore : Jenis internet aesthetic yang meromantisasi pedesaan Eropa.

D

Designer Bag : Istilah tas keluaran desainer ternama.

E

Equestrian : Cabang olahraga berkuda yang dipertandingkan dalam kompetisi.

European Mansion : Jenis hunian dengan ruang dansa dan setidaknya 10 ruang tidur.

F

Fashion Self Congruity : Istilah untuk menyelaraskan cara berpakaian dengan self image pemakai.

French Riviera : Perancis bagian selatan berbatasan dengan pesisir laut Mediterania.

G

Gen Z : Orang-orang yang lahir pada tahun 1997 – 2012.

Genre : Jenis atau tipe dari bentuk seni seperti sastra, musik.

Gilmore Girls : Serial komedi drama televisi Amerika pada tahun 2000.

Gossip Girl : Serial drama remaja televisi Amerika pada tahun 2007.

H

Horror : Salah satu jenis dari genre, yang menimbulkan perasaan takut atau ngeri.

Hippie : Sebuah kultur di Amerika yang muncul sekitar tahun 1960-an.

Hashtags : Label yang disimbolkan dengan tanda (#), digunakan di laman sosial media.

Hermes : Produsen barang mewah asal Prancis sejak tahun 1837.

Holws Moving Castle : Sebuah film animasi Jepang karya Hayao Miyazaki tahun 2004.

High School Musical : Sebuah film musical Amerika tahun 2006.

I

Instagram : Jejaring sosial untuk berbagi foto dan video.

Internet Aesthetic : Label yang beredar di sosial media berisikan objek kultur mulai dari fashion, buku, music, film, dll.

Impressionism Style : Jenis aliran dalam seni Lukis yang menonjolkan kekuatan pencahayaan melalui warna dibandingkan bentuk, contoh pelukisnya Vincent Van Gogh.

Ideal Self : Salah satu jenis self image. Merupakan kesesuaian antar brand personality dengan self image yang ideal.

Ideal Social Self : Salah satu jenis self image. Merupakan kesesuaian antar brand personality dengan self image ideal yang ingin ditunjukkan pada lingkungan sosial.

J

J.F. Kennedy : Presiden Amerika Serikat ke-35 yang berasal dari keluarga politisi terbesar di Amerika.

Jackie Kennedy : Istri dari presiden Amerika Serikat ke-35 J.F. Kennedy, yang juga menjadi fashion ikon tahun 60 di Amerika.

Justin Timberlake : Penyanyi asal Amerika yang terkenal tahun 2000-an, dijuluki Prince of Pop.

M

Micro Trend : Fenomena tren yang hanya bertahan beberapa tahun atau bulan.

Melanie Trumps : Mantan ibu negara dari presiden Amerika Serikat Donald Trump, yang juga menjadi fashion ikon Amerika di tahun 2017.

Mean Girls : Film komedi remaja asal Amerika yang dirilis pada tahun 2004.

N

NSYNC : Grup vocal asal Amerika Serikat yang aktif pada tahun 1995-2002.

O

Old Money : Jenis internet aesthetic yang meliputi objek-objek kekayaan dan style klasik.

P

- Pinterest** : Jejaring sosial untuk berbagi foto yang didesain sebagai alat pencarian ide seperti resep, fashion, dll.
- Punk** : Sebuah kultur pergerakan anak muda di Inggris pada tahun 1970-an.
- Polo Shirt** : Kaos dengan mode leher berkerah dan memiliki 2-3 kancing dibawahnya.
- Private School** : Sekolah swasta yang cenderung bergengsi.
- Princess Margaret Windsor** : Adik dari Ratu Elizabeth II, yang juga merupakan ikon mode dunia pada tahun 60-an.
- Pride and Prejudice** : Film drama periode yang di adaptasi dari novel sastra klasik dengan judul yang sama karya Jane Austen.
- Paris Hilton** : Selebriti asal Amerika Serikat yang menjadi ikon mode tahun 2000-an
- Postmodern Aesthetic** : Pendekatan artistik pada akhir abad 20 yang cenderung mengambil referensi dari kehidupan masyarakat modern.
- Pastiche** : Karya seni yang biasanya mengimitasi karya lain, artis, maupun sebuah periode.

Q

- Quiet Luxury** : Sebuah gaya hidup yang di karakteristikan dengan menekankan eksklusivitas dan cita rasa yang tinggi tanpa menunjukkan kekayaan secara terbuka.
- Quilting** : Salah satu jenis teknik menjahit 3 lapis kain secara bersamaan yang akan menghasikan material yang tebal.

R

- Rock** : Jenis genre musik populer yang muncul tahun 50-an.
- Romantic Era** : Gerakan seni yang berasal dari Eropa, muncul pada akhir abad ke-18.

S

- Self Image** : Konsep diri manusia, bagaimana seseorang memersepsi dirinya sendiri.
- Slow Living** : Konsep gaya hidup yang lebih sederhana dan santai.
- Sustainable** : Konsep hidup berkelanjutan yang bertahan dalam jangka panjang tanpa merusak lingkungan.
- Shakespeare Tragedy** : Jenis drama tragedi yang ditulis oleh Shakespeare.
- Style** : Sebuah karakteristik untuk mempresentasikan sesuatu.
- Sailing** : Olahraga berlayar atau naik perahu layar.
- Silk Scarves** : Syal dengan bahan sutra.
- Succession** : Serial drama komedi satir asal Amerika tentang keluarga konglomerat, tayang pada tahun 2018-2023.

Social Distancing	: Pembatasan sosial, membatasi diri dari kontak langsung dan interaksi kepada orang lain untuk mencegah penularan suatu penyakit.
Spice Girl	: Grup vocal asal Inggris yang aktif pada tahun 1994-2000an.
Statement Accessories	: Aksesoris yang memiliki statement atau keunikan dari bentuk, warna, ataupun material, memberikan kesan kuat dalam visual.
Social Self	: Salah satu jenis self image. Merupakan kesesuaian pandangan orang lain terhadap self image konsumen.
T	
TikTok	: Sosial media untuk berbagi video pendek.
Twitter	: Sosial media untuk berbagi informasi pesan secara singkat dan padat.
Tumblr	: Sosial media berbasis microblog untuk berbagi konten multimedia dalam bentuk blog pendek.
Turtleneck	: Jenis kerah atau garis leher yang tinggi menutupi bagian leher hingga ke bawah dagu.
Trench Coat	: Pakaian yang dibuat dalam bentuk kombinasi jas dan jaket.
Tweed Jacket	: Jaket dari material tweed atau wol.
The Great Gatsby	: Film drama periode Amerika Serikat yang di adaptasi dari literatur Amerika klasik dengan judul yang sama karya F. Scott Fitzgerald.
The Crown	: Serial drama yang tayang tahun 2016-2023 tentang keluarga kerajaan Inggris.
Thrift Store	: Toko pakaian bekas atau tangan kedua.
V	
Virtual	: Teknologi komunikasi jarak jauh seolah langsung di dunia nyata.
Van Gogh	: Pelukis dengan style impressionism asal Belanda, hidup di abad ke-19.
Victoria Era	: Era atau masa pemerintahan Ratu Victoria pada akhir abad ke-19 di Inggris.
Y	
Y2K	: Jenis internet aesthetic yang mendefinisikan gaya dan kultur-kultur yang muncul di tahun 1997-2000an.



LAMPIRAN

LAMPIRAN 01

INSTRUMEN PENELITIAN

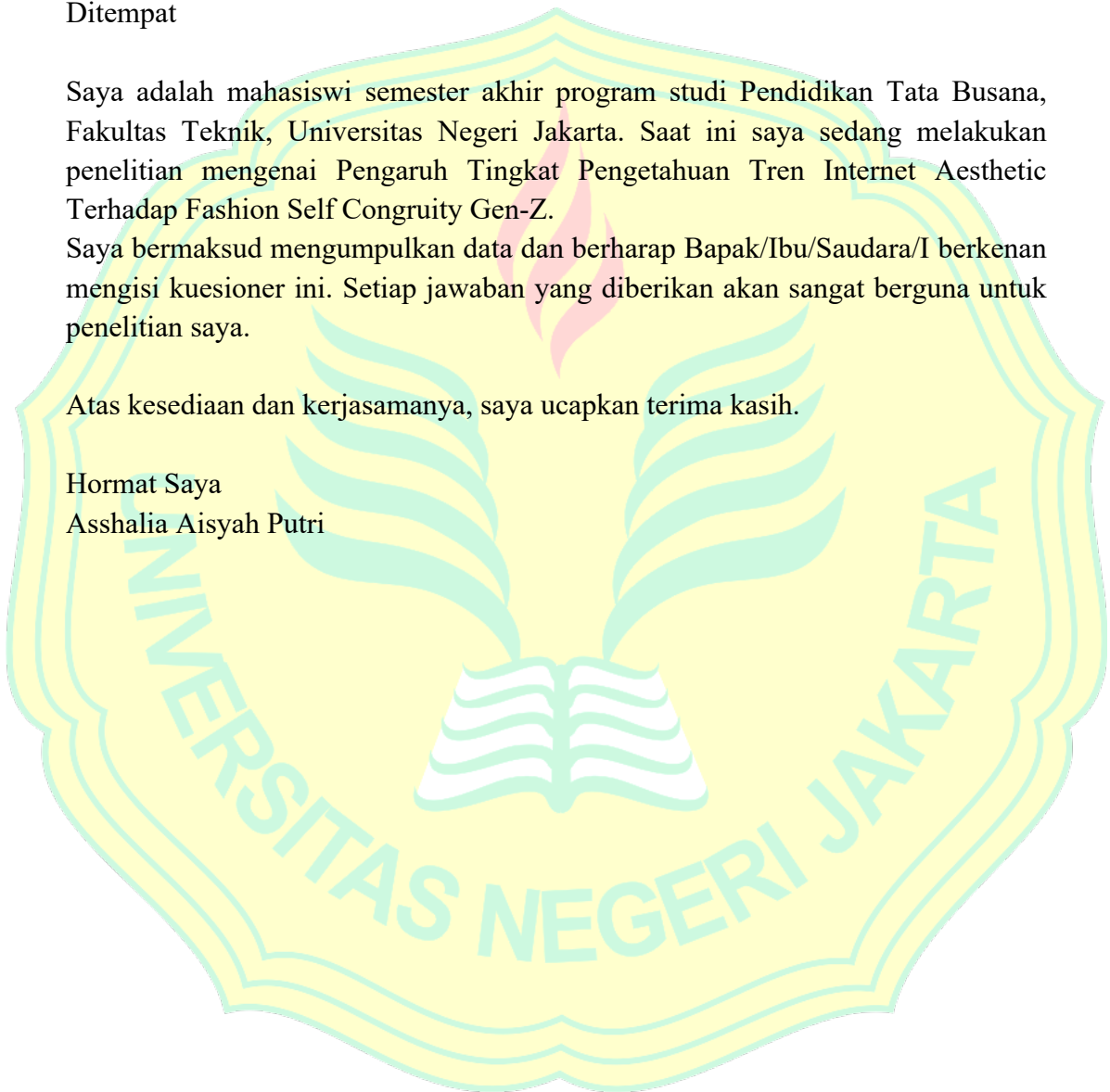
Dengan Hormat
Kepada Yth Bapak/Ibu/Saudara/i
Ditempat

Saya adalah mahasiswi semester akhir program studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tren Internet Aesthetic Terhadap Fashion Self Congruity Gen-Z.

Saya bermaksud mengumpulkan data dan berharap Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisi kuesioner ini. Setiap jawaban yang diberikan akan sangat berguna untuk penelitian saya.

Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Asshalia Aisyah Putri



Petunjuk pengisian angket:

1. Tuliskan identitas terlebih dahulu pada kolom yang disediakan
2. Identitas anda akan dirahasiakan karena pengisian identitas semata-mata untuk mempermudah penelitian

PROFIL RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin : P/L
Usia :

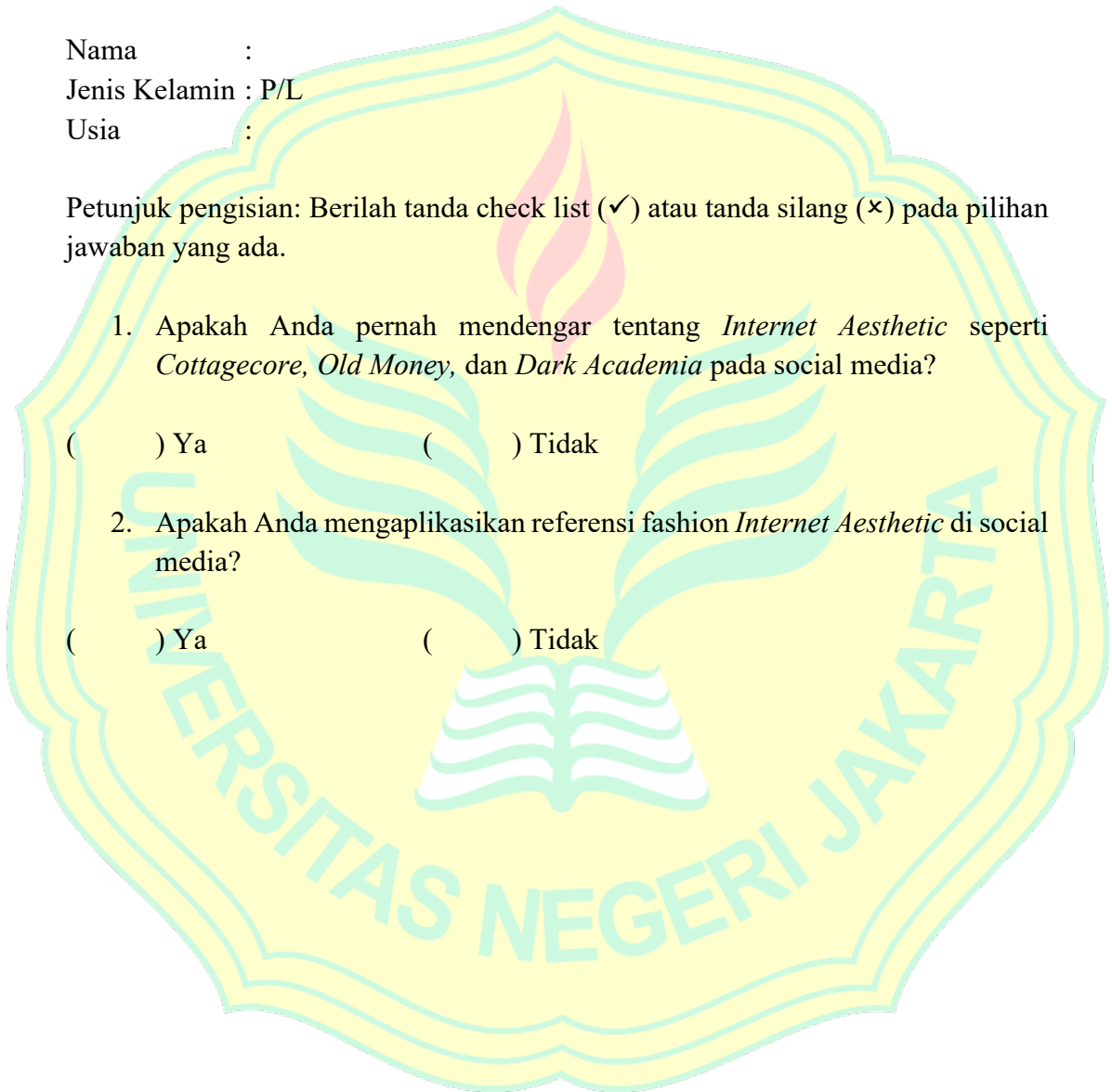
Petunjuk pengisian: Berilah tanda check list (✓) atau tanda silang (×) pada pilihan jawaban yang ada.

1. Apakah Anda pernah mendengar tentang *Internet Aesthetic* seperti *Cottagecore*, *Old Money*, dan *Dark Academia* pada social media?

() Ya () Tidak

2. Apakah Anda mengaplikasikan referensi fashion *Internet Aesthetic* di social media?


() Ya () Tidak


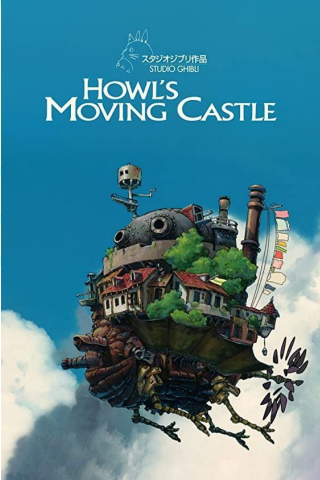


KUESIONER 1



Petunjuk Pengisian :

1. Isilah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda check list (✓) atau tanda silang (×) pada salah satu kolom jawaban yang ada, sesuai dengan pengetahuan anda

No.	Pernyataan	Jawaban	
		BENAR	SALAH
Pengetahuan Internet Aesthetic			
1.	<i>Internet aesthetic</i> merupakan tren di social media		
2.	<i>Internet aesthetic</i> menggunakan hastag/tagar dalam social media		
3.	<i>Internet aesthetic</i> merupakan sebuah label kategori yang mencakup film, musik, gaya hidup, dan fashion		
4.	<i>Old money</i> , <i>cottagecore</i> , <i>Y2K</i> , dan lainnya merupakan jenis-jenis dari <i>Internet Aesthetic</i>		
5.	<i>Old money</i> meromantisasikan gaya hidup orang-orang elit yang mewarisi harta dari keluarganya		
6.	<i>Old money</i> mempunyai stereotipe elegan dalam pakaiannya		
7.	 <p>Serial <i>Netflix The Crown</i> bukan serial yang di kategori <i>old money</i></p>		

8.	 <p>Aksesoris yang termasuk kategori <i>old money</i> adalah aksesoris Mutiara</p>		
9.	<p><i>Ralph Lauren</i> dan <i>Loro Piana</i> adalah brand yang mengusung ciri khas <i>old money</i></p>		
10.	<p>Tas <i>Hermès</i> bukan ciri khas dari tren <i>old money</i></p>		
11.	<p>Untuk berpakaian seperti tren <i>old money</i> warna yang dipilih tidak harus netral dan tidak perlu memakai style yang klasik</p>		
12.	<p><i>Cottagecore</i> meromantisasikan gaya hidup di pedesaan</p>		
13.	<p>Merangkai bunga, memasak, menyulam, merupakan salah satu kegiatan <i>cottagecore</i></p>		
14.	 <p>Film <i>Howl's Moving Castle</i> adalah film dalam tren <i>cottagecore</i></p>		
15.	<p>Dalam tren <i>cottagecore</i> warna lembut seperti pastel adalah warna yang sesuai</p>		

16.				
	<p><i>Summer dress</i>, motif bunga, tas rotan, merupakan ciri khas tren fashion <i>cottagecore</i></p>			
17.				
	<p>Dalam tren fashion <i>cottagecore</i> cenderung memakai material bahan seperti linen dan cotton</p>			
18.	<p><i>Thrifting</i> merupakan ciri khas dari tren <i>cottagecore</i> karena mendukung <i>sustainable</i></p>			
19.	<p>Y2K adalah <i>aesthetic</i> yang mendefinisikan gaya hidup tahun 1997-2000-an</p>			

20.			
21.		<i>Internet aesthetic</i> termasuk sub-kultur	
22.		<i>Quiet Luxury</i> atau <i>silent luxury</i> merupakan kata kunci dari tren <i>cottagecore</i>	
23.		<i>Animal print</i> merupakan motif yang sering dipakai dalam tren <i>old money</i>	
24.		<i>Internet aesthetic</i> tumbuh dan berkembang melalui komunitas di media sosial	
25.		<i>Internet aesthetic</i> berkembang melalui platform <i>youtube</i>	

26.



Cara berpakaian Jackie Kennedy O, menjadikannya salah satu ikon fashion dalam tren *old money*



27.



Cara berpakaian Paris Hilton menggunakan *graphic T-shirt*, *designer bag*, dan *statement sunglasses* merupakan aplikasi tren fashion *cottagecore*

28.



	<p>Pemakaian korset dalam model gambar diatas merupakan salah satu contoh pengaruh gaya Victoria era pada tren fashion <i>cottagecore</i></p>		
29.	 <p>Film <i>Disney High School Musical</i> merupakan salah satu jenis film yang ada di tren <i>Old Money</i></p>		
30.	 <p><i>Equestrian</i> atau berkuda merupakan olahraga yang identik dengan tren <i>cottagecore</i></p>		

KUESIONER 2

Petunjuk pengisian :

1. Isilah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda check list (✓) atau tanda silang (✗) pada salah satu kolom jawaban yang ada, sesuai dengan diri anda.
2. Jika mempunyai jawaban tersendiri silahkan isi kolom yang tersedia.

Petunjuk Alternative Jawaban

- 4 Sangat Setuju (SS)
 3 Setuju (S)
 2 Tidak Setuju (TS)
 1 Sangat Tidak Setuju (STS)

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
Fashion Self Congruity					
Actual Self					
1.	Saya menyukai preferensi fashion yang mewakili kepribadian				
2.	Dalam memilih warna pakaian yang dipakai saya menyesuainya dengan kepribadian				
3.	Dalam memilih style pakaian yang dipakai saya menyesuainya dengan kepribadian				
4.	Saya selalu berpakaian tanpa peduli penilaian orang lain				
5.	Saya tidak mengikuti tren terbaru karena saya telah berpakaian sesuai dengan kepribadian				
6.	Fashion penting bagi saya dalam mengkomunikasikan kepribadian				
7.	Saya memilih salah satu preferensi fashion <i>internet aesthetic</i> yang sesuai dengan kepribadian				
8.	Saya merasa saat ini saya telah berpakaian sesuai dengan kepribadian				
Ideal Self					

9.	Saya menyukai preferensi fashion yang mewakili imej diri yang diinginkan				
10.	Saya tidak terbebani jika preferensi fashion saya menyulitkan secara modal, selama itu merepresentasikan imej diri yang diinginkan				
11.	Saya memiliki imej diri yang ingin saya tunjukkan melalui fashion				
12.	Saya percaya diri untuk berpakaian sesuai imej diri yang diinginkan				
13.	Saat ini saya puas dengan cara berpakaian saya karena sesuai dengan imej yang diinginkan				
14.	Saya memilih salah satu preferensi fashion <i>internet aesthetic</i> untuk membentuk imej diri				
Ideal Social Self					
15.	Saya ingin orang lain melihat diri saya sesuai dengan stereotipe preferensi fashion				
16.	Saya memilih salah satu jenis style fashion untuk meyakinkan orang lain bahwa saya memiliki kepribadian sesuai dengan style tersebut				
17.	Saya memilih preferensi fashion <i>internet aesthetic</i> sesuai dengan apa yang ingin saya tunjukkan ke orang lain				
18.	Menurut saya penting untuk memberikan kesan pertama pada orang lain melalui fashion				
19.	Saya tidak merasa terbebani jika preferensi fashion saya menyulitkan secara modal, selama dapat menunjukkan diri yang ideal kepada orang lain				
20.	Saya merasa saat ini saya berpakaian untuk mengesankan orang lain				

LAMPIRAN 02



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PRODI PENDIDIKAN TATA BUSANA
FAKULTAS TEKNIK**

Gedung L Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun muka, Jakarta 13220
Telepon: (62-21) 4890046 ext. 213, 4751523, 47864808 Fax. 47864808
Laman: ft.unj.ac.id email: ft@unj.ac.id

PERNYATAAN

Dengan ini saya selaku dosen uji validitas atas judul skripsi mahasiswa dengan nama:

Nama : Asshalia Aisyah Putri

NIM : 1515617086

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tren Internet Aesthetic Terhadap Fashion Self Congruity Gen- Z

Program Studi : S1 Pendidikan Tata Busana

Menyatakan yang bersangkutan telah melakukan uji validitas dan saya nyatakan lulus.

Demikian surat pernyataan ini, sebagai dasar untuk melanjutkan penelitian skripsi.

Jakarta, 10 Juni 2024

Dosen Penguji

Dra. Melly Prabawati, M.Pd
NIP. 196305211988032002

LAMPIRAN 02



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PRODI PENDIDIKAN TATA BUSANA
FAKULTAS TEKNIK**

Gedung L Kampus A Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun muka, Jakarta 13220
Telepon: (62-21) 4890046 ext. 213, 4751523, 47864808 Fax. 47864808
Laman: ft.unj.ac.id email: ft@unj.ac.id

PERNYATAAN

Dengan ini saya selaku dosen uji validitas atas judul skripsi mahasiswa dengan nama:

Nama : Asshalia Aisyah Putri

NIM : 1515617086

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tren Internet Aesthetic Terhadap Fashion Self Congruity Gen- Z

Program Studi : S1 Pendidikan Tata Busana

Menyatakan yang bersangkutan telah melakukan uji validitas dan saya nyatakan lulus.

Demikian surat pernyataan ini, sebagai dasar untuk melanjutkan penelitian skripsi.

Jakarta, 11 Juni 2024

Dosen Penguji

Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd
NIP. 196403251989032003

LAMPIRAN 03

Hasil Output Uji-T SPSS

Group Statistics

	Kelompok	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Nilai	Tingkat Kognisi Tren	100	22.82	2.876	.288
	Internet Aesthetic				
	Fashion Self Congruity	100	60.22	5.329	.533

Independent Samples Test

Levene's Test for Equality of Variances

t-test for Equality of Means

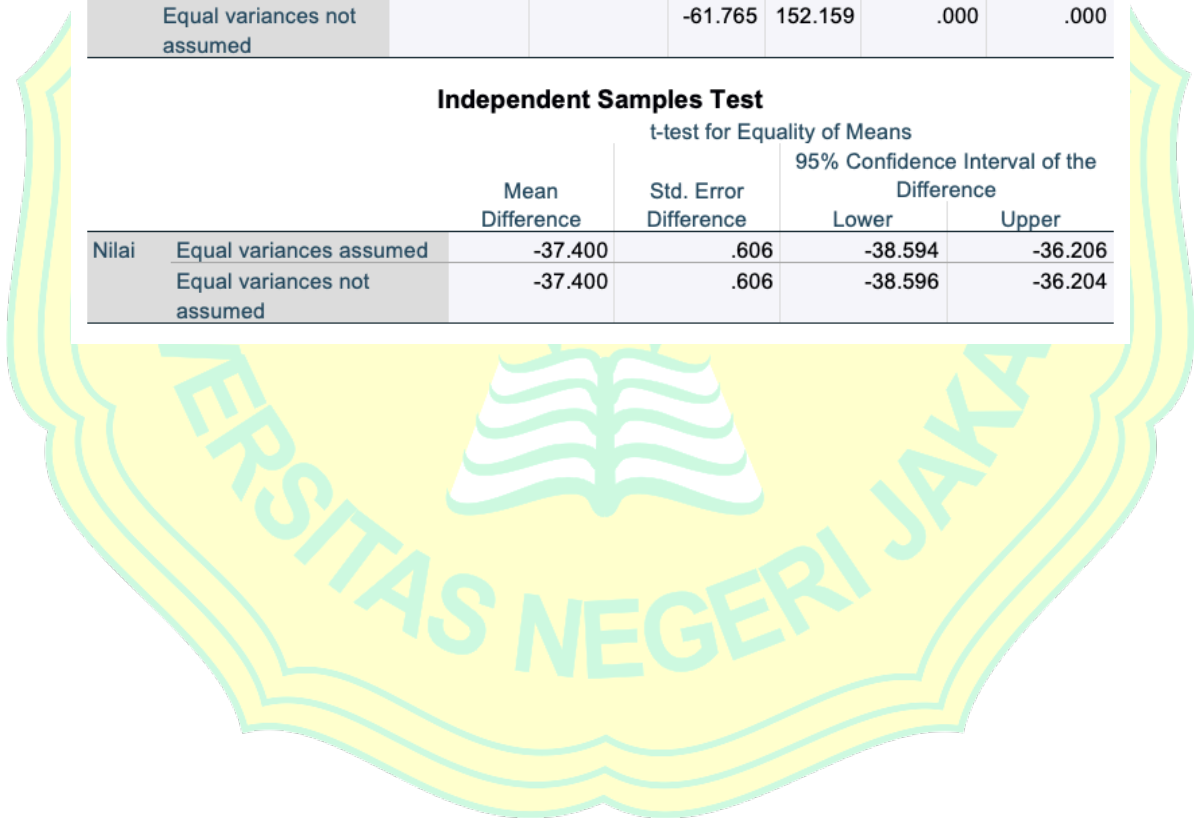
		F	Sig.	t	df	One-Sided p	Two-Sided p
Nilai	Equal variances assumed	8.991	.003	-61.765	198	.000	.000
	Equal variances not assumed			-61.765	152.159	.000	.000

Independent Samples Test

t-test for Equality of Means

95% Confidence Interval of the Difference

		Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Nilai	Equal variances assumed	-37.400	.606	-38.594	-36.206
	Equal variances not assumed	-37.400	.606	-38.596	-36.204



LAMPIRAN 04

Hasil Output Fashion Self Congruity

totalactualeself

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16	1	1.0	1.0	1.0
20	1	1.0	1.0	2.0
21	4	4.0	4.0	6.0
22	11	11.0	11.0	17.0
23	16	16.0	16.0	33.0
24	14	14.0	14.0	47.0
25	32	32.0	32.0	79.0
27	9	9.0	9.0	88.0
28	3	3.0	3.0	91.0
29	2	2.0	2.0	93.0
30	5	5.0	5.0	98.0
32	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

totalidealsocial

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 8	1	1.0	1.0	1.0
12	1	1.0	1.0	2.0
13	2	2.0	2.0	4.0
14	7	7.0	7.0	11.0
15	7	7.0	7.0	18.0
16	10	10.0	10.0	28.0
17	38	38.0	38.0	66.0
18	19	19.0	19.0	85.0
19	7	7.0	7.0	92.0
20	1	1.0	1.0	93.0
21	3	3.0	3.0	96.0
22	2	2.0	2.0	98.0
23	1	1.0	1.0	99.0
24	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

kategori actual self

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	1	1.0	1.0	1.0
Sedang	46	46.0	46.0	47.0
Tinggi	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

kategori ideal social self

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	2	2.0	2.0	2.0
Sedang	83	83.0	83.0	85.0
Tinggi	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

totalidealself

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 12	2	2.0	2.0	2.0
16	6	6.0	6.0	8.0
17	11	11.0	11.0	19.0
18	34	34.0	34.0	53.0
19	30	30.0	30.0	83.0
20	7	7.0	7.0	90.0
21	2	2.0	2.0	92.0
22	4	4.0	4.0	96.0
23	2	2.0	2.0	98.0
24	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

fashionselfcongruity

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Cukup	5	5.0	5.0	5.0
Tinggi	95	95.0	95.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

kategori Ideal Self

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	2	2.0	2.0	2.0
Sedang	51	51.0	51.0	53.0
Tinggi	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hasil Output Tingkat Pengetahuan Tren Internet Aesthetic

treninternetaesthetic

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	1	1.0	1.0	1.0
Cukup	10	10.0	10.0	11.0
Tinggi	89	89.0	89.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 05

RIWAYAT HIDUP



Asshalia Aisyah Putri atau yang biasa dipanggil Asha kelahiran Bandung, 8 Juni 1999. Pernah menempuh Pendidikan formal sekolah dasar di SD Terpadu Tugu Ibu II Depok. Kemudian melanjutkan studi di SMP Negeri 12 Depok dan SMA Negeri 7 Depok jurusan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA). Pada tahun 2017 diterima di Universitas Negeri Jakarta melalui jalur PENMABA di Program Studi Pendidikan Tata Busana. Selama menempuh Pendidikan di UNJ telah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Ernesto Abram, Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) di SMK Negeri 3 Bogor dan Pagelaran Busana Angkatan 2017 yang bertemakan "*Time Capsule*". Kegiatan yang pernah diikuti selama perkuliahan antara lain organisasi kemahasiswaan yaitu Staff PSDM BEMP Busana 2019 dan juga beberapa kegiatan volunteer kepanitiaan seperti Staff Kesehatan PKKMB FT 2019, Koordinator Sponsorship Fashion Expo UNJ 2019, dan Koordinator Sponsorship UNJ Fashion Event 2021. Dalam menyelesaikan studinya, penulis melakukan sebuah penelitian skripsi dengan judul "Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tren *Internet Aesthetic* Terhadap *Fashion Self Congruity* Gen-Z" sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Pendidikan. Untuk kontak lebih lanjut dapat melalui email ke asshaliaaisyahp@gmail.com.