

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Media Sosial

2.1.1 Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan perkembangan teknologi berbasis internet untuk membagikan berbagai informasi dan berkomunikasi. Menurut Kotler dan Keller media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, video dan audio kepada orang lain maupun sebaliknya.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (dalam Carr & Hayes, 2015) menjelaskan mengenai media sosial sebagai suatu kelompok dari aplikasi-aplikasi di internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna lain. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menyediakan sarana untuk mengonsumsi konten, tetapi juga untuk berpartisipasi aktif dalam menciptakan dan memodifikasi konten tersebut.

Menurut Rasyidah (2017) penggunaan media sosial memiliki empat indikator diantaranya alokasi waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial, akun media sosial yang dimiliki, kegunaan media sosial dan dampak dari penggunaan media sosial.

Media sosial menjadikan para penggunanya untuk terhubung dengan teman-temannya untuk saling berbagai informasi. Media sosial yang paling banyak digunakan antara lain, Instagram, Facebook, Whatsapp, Twitter, *Pinterest*, dll. Menurut Taprial & Priya (2012) media sosial memiliki beberapa keunggulan yang menjadikannya lebih kuat dibandingkan media tradisional, yaitu :

1. *Accessibility*, sosial media mudah untuk diakses karena memerlukan sedikit atau tidak ada biaya sama sekali dalam penggunaannya.
2. *Speed*, konten yang dibuat dalam sosial media tersedia bagi semua orang yang berada dalam jaringan, forum, atau komunitas begitu diterbitkan.
3. *Interactivity*, media sosial dapat menampung dua atau lebih saluran komunikasi.
4. *Longevity / Volativity*, konten pada sosial media tetap dapat diakses pada waktu yang lama, atau bahkan selamanya.

5. *Reach*, Internet menawarkan jangkauan yang tidak terbatas ke semua konten yang tersedia.

2.1.2 Peran Media Sosial

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
2. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (*many to many*).
3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selain itu, terdapat pendapat lain menurut Puntoadi (2011) pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut :

1. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena aduensilah yang akan menentukan. Berbagai sosial media menjadi media untuk orang yang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
2. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi interaksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang lebih dalam.

2.1.3 Ciri-Ciri Media Sosial

Mayfield (2012) mengemukakan bahwa media sosial dipahami sebagai suatu bentuk baru dari media online. berikut beberapa karakteristik yang biasanya dimiliki

oleh media sosial, antara lain:

1. *Participation* (keikutsertaan), yaitu media sosial memberikan kontribusi dan umpan balik bagi orang-orang yang tertarik.
2. *Openness* (keterbukaan), sebagian besar media sosial terbuka untuk menerima suatu umpan balik dan partisipasi.
3. *Conversation* (percakapan), media sosial menggunakan cara berkomunikasi yang lebih baik, yaitu menggunakan metode percakapan komunikasi dua arah.
4. *Community* (masyarakat), media sosial memungkinkan komunitas untuk terbentuk dengan cepat dan dapat berkomunikasi dengan efektif. Dikarenakan komunitas tersebut adalah tempat orang-orang berbagi dengan minat yang sama.
5. *Connectedness* (menghubungkan), sebagian besar jenis media sosial berkembang karena keterhubungan mereka.

2.1.4 Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Kotler & Keller (2012) bahwa terdapat tiga macam platform yang utama untuk media sosial :

1. **Online Communities And Forums.** Komunitas online dan forum tersebut datang dalam segala bentuk dan ukuran dimana banyak dibuat oleh pelanggan ataupun kelompok yang pelanggan tanpa adanya bunga komersial ataupun dengan afiliasi perusahaan. Sebagian hal ini disponsori oleh perusahaan yang anggotanya berkomunikasi dengan perusahaan dan dengan satu sama lain yang melalui posting, instant, messaging, dan juga chatting yang berdiskusi mengenai minat khusus yang dapat berhubungan dengan produk perusahaan dan merek.
2. **Blogs.** Terdapat tiga juta pengguna blog dan mereka yang sangat beragam, yang beberapa pribadi untuk teman-teman dekat dan keluarga, lainnya dirancang untuk menjangkau dan juga mempengaruhi khalayak luas.
3. **Social Networks.** Jaringan sosial telah menjadi kekuatan yang penting baik dalam bisnis konsumen dan juga pemasaran bisnis ke bisnis. Salah satunya dari facebook, messenger, twitter dan juga Blackberry dll. Jaringan yang berbeda tersebut menawarkan manfaat yang berbeda pula untuk perusahaan.

Media sosial pinterest merupakan

Menurut Kaplan & Haenlein (2010), bahwa jenis-jenis media sosial adalah sebagai berikut :

1. **Konten.** Pengguna situs demikian mengklik setiap konten saham- konten media, misalnya, gambar, video, ebook dll.
2. **Proyek Kolaborasi.** Situs demikian pengguna dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus suatu konten sedikit yang tersedia di website ini. Contohnya wikipedia.
3. **Blog dan Microblog.** Pengguna bebas dalam mengekspresikan sesuatu hal misalnya ventilasi atau mengkritik kebijakan pemerintah. contohnya twitter.
4. **Virtual Game World.** Sebuah dunia maya, dalam lingkup 3D mengreplikasikan sebuah pengguna yang dalam bentuk yang diinginkan dan berinteraksi dengan orang lain baik dunia nyata.
5. **Virtual Social World.** Virtual dunia yang pengguna merasa hidup dunia maya, misalnya dunia game virtual berinteraksi dengan orang lain. Akan tetapi, dunia virtual sosial lebih luas dan lebih ke arah kehidupan misalnya second life.

2.1.5 Media sosial *Pinterest*



Gambar 2.1 *Pinterest*

(Sumber : <https://www.authormedia.com/the-pinterest-cheat-sheet-to-image-sizes/> 2013)

Menurut Schoper (2015) *Pinterest* merupakan alat penemuan visual yang dapat digunakan untuk mencari ide-ide untuk proyek dan minat penggunanya. Sedangkan Menurut artikel kompas.com (2012) *Pinterest* adalah sebuah media sosial yang mengusung konsep berbagi papan pin virtual sehingga pengguna media online dari berbagai tempat dapat mengakses, mengambil dan berbagi informasi gambar

yang mereka inginkan. Kemudian dari hasil pin tersebut, akan di simpan kedalam board yang dapat di akses kapanpun diinginkan untuk melihatnya kembali.

Di sini, pengguna dapat mencari Pin di papan atau *board* pengguna. Pin ini berupa konten foto, resep masakan, inspirasi dekorasi, link artikel, dan masih banyak lagi. Konsepnya mirip dengan *bookmark* di browser namun lebih menonjolkan sisi visual.

2.1.6 Sejarah *Pinterest*

Pinterest pada awalnya didirikan oleh tiga orang bernama Ben Silbermann, Paul Sciarra dan Evan Sharp. Pengembangan platform media sosial ini pertama kali dimulai pada tahun 2009. Setelah satu tahun kemudian mulailah memasuki tahap beta tertutup.

Pinterest membuat kemajuan pesat pada tahun 2011 yang juga dibahas dalam Majalah Time edisi 10 Agustus 2011, yang mencantumkan *Pinterest* sebagai salah satu dari 50 situs web teratas tahun ini.

Pada tahun yang sama, menurut Hitwise, *Pinterest* mampu menempati peringkat di antara 10 layanan media sosial terbesar di dunia. Sebagai salah satu platform baru pada saat itu sudah sangat mengesankan, Total kunjungan pengguna pada tahun ini juga mencapai 11 juta per minggu. Tidak heran *Pinterest* dinobatkan sebagai Startup Baru Terbaik pada tahun 2011. Setahun kemudian, comScore mampu memberikan data bahwa halaman tersebut telah mencapai 10 juta pengunjung. Kemudian pada tahun 2019, platform industri internet diam-diam mengajukan IPO. Jumlahnya mencapai 12 miliar USD. Saham tersebut selanjutnya diperdagangkan ke publik pada 18 April 2019 dengan harga \$19 per saham dan ditutup pada \$24,40

Kantor pusat *Pinterest* berpusat di San Francisco, California, AS, aplikasi terus mengembangkan produk hingga hari ini. Hal ini menjadikan *Pinterest* sebagai salah satu platform visual terbaik saat ini.

2.1.7 Pengaruh Media Sosial *Pinterest*

Pinterest tidak hanya menjadi tempat untuk mengumpulkan gambar atau inspirasi visual semata, tetapi *pinterest* juga memiliki beberapa pengaruh positif, yaitu :

1. Sumber inspirasi

Pinterest dikenal sebagai platform yang menyajikan gambar, infografis, dan ilustrasi yang dapat menginspirasi dan memotivasi pembelajar. Pengguna

dapat menemukan ide-ide baru, desain kreatif, dan konsep visual yang memudahkan pemahaman konsep-konsep yang kompleks.

2. Platform Pembelajaran dan Edukasi

Konten pada *Pinterest* tidak hanya banyak memberikan inspirasi tetapi juga menyediakan banyak sumber daya edukatif. Pengguna dapat menemukan tutorial *DIY (Do It Yourself)*, resep masakan, panduan kecantikan, tips fotografi, dan banyak lagi. Hal ini memungkinkan pembelajaran secara mandiri dan pengembangan keterampilan baru.

3. Komunitas dan Koneksi

Pinterest memfasilitasi pembentukan komunitas berdasarkan minat yang sama. Pengguna dapat terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat dan hobi serupa, berbagi ide, pengalaman, dan inspirasi. Hal ini memperluas jaringan sosial dan mendukung pertukaran ide yang positif.

4. Motivasi dan Inspirasi

Melihat karya-karya orang lain dalam bidang yang sama dapat memberikan motivasi tambahan dalam proses belajar. *Pinterest* dapat menjadi sumber inspirasi yang terus mendorong pembelajar untuk mencapai tujuan mereka.

2.1.8 Fungsi *Pinterest*

1. Menurut laman resmi *Pinterest* di help.pinterest.com/id/guide/all-about-pinterest, sajian beranda adalah tempat untuk menemukan pin, orang, dan bisnis berdasarkan aktivitas terkini pengguna. Fitur *search* digunakan untuk mencari inspirasi, misalnya "pesta ulang tahun" untuk mendapatkan ide dekorasi, resep makanan, maupun ide kado ulang tahun.
2. Marketer menggunakan *Pinterest* untuk meningkatkan *traffic website* mereka. Hal ini karena banyak orang yang tertarik mendatangi suatu situs setelah melihat cuplikan visual kontennya di *Pinterest*.
3. Meningkatkan promosi *Pinterest* dapat digunakan untuk kepentingan bisnis, apalagi kini sudah ada fitur *Pinterest for Business* yang memang ditujukan untuk para pemilik usaha. Dengan fitur ini, para pemilik usaha dapat mengajukan promosi untuk pin yang sudah mereka unggah agar bisa dilihat lebih banyak orang. Selain itu ada pula fitur *insight* untuk mengukur performa akun *Pinterest* tersebut.

2.1.9 Kelebihan dan Kelemahan *Pinterest*

Media sosial *Pinterest* memiliki beberapa kelebihan dan kelemahan seperti media sosial lainnya. Berikut adalah kelebihan dan kelemahan dari media sosial *Pinterest* (Grahita, 2023) :

1. Kelebihan *Pinterest*

- a. Menjadi sumber inspirasi dan berbagi. *Pinterest* dapat menjadi sumber inspirasi dan berbagi pada banyak hal. Bagi Anda pecinta fotografi, seni, dan desain, *Pinterest* dapat menjadi tempat alternatif untuk berbagi.
- b. Terdapat fitur *analytics*. Fitur *analytics* di *Pinterest* dapat memudahkan pengguna untuk melihat tingkat interaksi dari *pinboard* yang dibuat dan dibagikan.
- c. Dapat digunakan untuk promosi artikel atau blog. Blogger dapat memanfaatkan *Pinterest* untuk berbagi artikel melalui *share link pinboard*. Secara otomatis, *Pinterest* akan mendapatkan semua gambar di artikel. Dengan begitu, pengguna bisa memilih gambar dan menambahkannya dalam bentuk *Pinboard*.
- d. Terhubung dengan web, Instagram, dan YouTube. Pengguna dapat menghubungkan akun *Pinterest* dengan web dan media sosial lain. Melalui menu pengaturan, pengguna dapat mengatur dan mengintegrasikannya.
- e. *Pinterest Business* untuk promosi produk. Saat ini, *Pinterest* telah menyediakan layanan *Pinterest Business* yang dapat digunakan untuk periklanan produk, menyesuaikan dengan anggaran dan target yang diinginkan.

2. Kekurangan *Pinterest*

- a. Terlalu banyak spam. *Pinterest* masih banyak digunakan oleh pihak-pihak tertentu dalam menyebarkan spam atau gambar yang tidak berdasar. Namun *Pinterest* terus berusaha untuk mengurangnya.
- b. Interaksi antar pengguna tidak semasif media sosial lain. Interaksi antar pengguna di *Pinterest* tidak semasif dan seramai media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Pengguna *Pinterest* jarang sekali menambahkan Love (suka) ataupun menambahkan komentar.

2.1.10 Fitur-fitur *Pinterest*

Sebagai salah satu platform media visual yang bagus, *Pinterest* memiliki

sejumlah fitur mutakhir. Pastinya akan memuaskan setiap penggunanya. Beberapa fitur *Pinterest* yang bisa Anda andalkan diantaranya seperti berikut.

1. *Lens*

Fitur visual search *Pinterest* ini memungkinkan Anda untuk menemukan produk maupun gambar tertentu berdasarkan hasil foto kamera. Fitur ini sangat membantu pengguna khususnya yang ingin melakukan pembelian suatu produk hanya dengan bermodalkan visual saja.

2. *Pinterest Browser Button*

Browser extensions ini bisa dengan mudahnya dimanfaatkan guna melakukan penyimpanan pins yang disukai. Bagusnya lagi, fitur ini juga sangat mendukung penggunaan *visual search* dalam mempermudah penemuan konten terkait di platform ini.

3. *Group Boards*

Jika Anda tengah mengerjakan suatu proyek tertentu bersama rekan dan keluarga, maka cobalah manfaatkan fitur ini. *Group boards* memudahkan Anda bersama tim dalam berinteraksi demi kelancaran proyek tersebut.

4. Kemudahan Organisasi serta Pengaturan Ulang *Board*

Platform sosial media mutakhir ini juga sangat memberikan kebebasan pada penggunanya dalam melakukan pengaturan *board* sesuka hati. Bahkan setidaknya terdapat tiga macam *boards* yang bisa Anda pilih sendiri yaitu A to Z, *last saved to* serta *drag and drop*.

5. Fitur *Search* serta Filter Mumpuni

Fitur search dan filter yang dimiliki *Pinterest* senantiasa memudahkan pengguna dalam rangka menemukan konten yang dimau. Pengguna juga bisa langsung melakukan penyortiran terhadap hasil pencarian berdasarkan pin, board dan nama pengguna sekalipun.

Dapat disimpulkan, media sosial adalah media interaksi sosial secara daring yang terhubung dengan internet yang dapat digunakan untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan satu sama lain. Salah satu media sosial yang digunakan untuk berbagi informasi berupa gambar, audio dan video adalah *Pinterest*. Dengan banyaknya pengguna yang mengunggah hasil karya di *Pinterest* membuat pengguna dengan mudah mencari sumber inspirasi. Inspirasi ini yang kemudian dapat dikembangkan menjadi karya yang lebih menarik.

2.2 Hasil Belajar

2.2.1 Definisi hasil belajar

Menurut (Sudjana, 2010) Hasil belajar adalah kemampuan-kemampuan yang dimiliki siswa setelah ia menerima pengalaman belajarnya. Bagi siswa hasil belajar merupakan hasil terbaik yang telah dicapai oleh siswa setelah mengalami proses kegiatan belajar dalam mata pelajaran tertentu.

Arifin (2010: 303) juga mengatakan Hasil belajar yang optimal dapat dilihat dari ketuntasan belajarnya, terampil dalam mengerjakan tugas, dan memiliki apresiasi yang baik terhadap pelajaran. Perkembangan hasil belajar tidak hanya sekedar kalimat yang ditambahkan kedalam rencana tujuan pembelajaran melainkan penggunaannya dalam membentuk proses kegiatan pembelajaran dan penilaian dapat meningkatkan keterlibatan siswa dalam pembelajaran.

Menurut (Dimiyati, 2013) Hasil belajar dapat menerangi tujuan utamanya adalah untuk kegiatan pembelajaran, dimana tingkat keberhasilan yang dicapai oleh siswa setelah mengikuti suatu kegiatan pembelajaran. Dimana tingkat keberhasilan tersebut kemudian ditandai dengan skala nilai ditandai berupa huruf atau kata atau simbol.

Setiap proses pembelajaran membutuhkan evaluasi untuk mengetahui hasil perkembangan yang telah dicapai siswa, maka untuk menentukan kemajuan yang dicapai harus ada kriteria yang mengacu pada tujuan yang telah ditentukan sehingga dapat diketahui keberhasilan belajar siswa melalui strategi pembelajaran.

Menurut Benyamin Bloom (dalam Nana Sudjana, 2010) menyatakan bahwa Hasil belajar adalah perubahan perilaku individu yang meliputi ranah kognitif, afektif, dan psikomotorik. Ranah kognitif meliputi tujuan-tujuan belajar yang berhubungan dengan memunculkan kembali pengetahuan dan pengembangan kemampuan intelektual dan keterampilan. Ranah afektif meliputi tujuan-tujuan belajar yang menjelaskan perubahan sikap, minat, nilai-nilai, dan pengembangan apresiasi sampai dengan penyesuaian. Sementara itu untuk ranah psikomotorik mencakup perubahan perilaku yang menunjukkan bahwa siswa yang telah mempelajari keterampilan manipulatif fisik tertentu.

Dari berapa teori di atas tentang definisi hasil belajar, maka hasil belajar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat keberhasilan siswa dalam mengikuti

suatu kegiatan pembelajaran yang ditandai dengan skala nilai atau simbol.

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Belajar Siswa

Hasil belajar dapat dipengaruhi oleh beberapa factor, Menurut Slameto (2015) secara umum hasil belajar dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu:

1. Faktor internal

Faktor internal yang mempengaruhi Hasil belajar yang pertama adalah Aspek fisiologis. Untuk memperoleh hasil belajar yang baik, kebugaran tubuh dan kondisi panca indera perlu dijaga dengan cara makanan/minuman bergizi, istirahat, olah raga. Tentunya banyak kasus anak yang prestasinya turun karena mereka tidak sehat secara fisik.

Faktor internal yang lain adalah aspek psikologis. Aspek psikologis ini meliputi: inteligensi, sikap, bakat, minat, motivasi dan kepribadian. Factor psikologis ini juga merupakan factor kuat dari Hasil belajar, intelegensi memang bisa dikembangkan, tapi sikap, minat, motivasi dan kepribadian sangat dipengaruhi oleh factor psikologi diri kita sendiri.

2. Faktor eksternal

Selain faktor internal, Hasil belajar juga dipengaruhi oleh faktor eksternal. Faktor eksternal meliputi beberapa hal, yaitu Lingkungan sosial, meliputi : teman, guru, keluarga dan masyarakat. Lingkungan sosial, adalah lingkungan dimana seseorang bersosialisasi, bertemu dan berinteraksi dengan manusia disekitarnya. Hal pertama yang menjadi penting dari lingkungan sosial adalah pertemanan, dimana teman adalah sumber motivasi sekaligus bisa menjadi sumber menurunnya prestasi. Posisi teman sangat penting, mereka ada begitu dekat dengan kita, dan tingkah laku yang mereka lakukan akan berpengaruh terhadap diri kita.

Guru adalah seorang yang sangat berhubungan dengan Hasil belajar. Kualitas guru di kelas, bisa mempengaruhi bagaimana kita belajar dan bagaimana minat kita terbangun di dalam kelas. Memang pada kenyataannya banyak siswa yang merasa guru mereka tidak memberi motivasi belajar, atau mungkin suasana pembelajaran yang monoton. Hal ini berpengaruh terhadap proses pembelajaran.

Keluarga juga menjadi faktor yang mempengaruhi hasil belajar

seseorang. Biasanya seseorang yang memiliki keadaan keluarga yang berantakan (broken home) memiliki motivasi terhadap prestasi yang rendah, kehidupannya terlalu difokuskan pada pemecahan konflik kekeluargaan yang tak berkesudahan. Maka dari itu, bagi orang tua, jadikanlah rumah keluarga kalian surga, karena jika tidak, anak kalian yang baru lahir beberapa tahun lamanya, belum memiliki konsep pemecahan konflik batin yang kuat, mereka bisa stress melihat tingkah kalian wahai para orang tua yang suka bertengkar, dan stress itu dibawa ke dalam kelas.

Masyarakat juga menjadi salah satu faktor mempengaruhi hasil belajar sebagai contoh seorang yang hidup dimasyarakat akademik mereka akan mempertahankan gengsinya dalam hal akademik di hadapan masyarakatnya. Jadi lingkungan masyarakat mempengaruhi pola pikir seorang untuk berprestasi. Masyarakat juga, dengan segala aktifitas kemasyarakatannya mempengaruhi tindakan seseorang, begitupun juga berpengaruh terhadap siswa dan mahasiswa.

2.2.3 Manfaat Hasil Belajar

Pendidikan dapat dikatakan berhasil apabila program yang dirancang oleh guru dalam proses pembelajaran dapat menunjukkan perubahan-perubahan yang tampak pada siswa. Hasil belajar harus menunjukkan proses yang lebih baik, sehingga bermanfaat untuk: (a) menambah pengetahuan, (b) lebih mengembangkan keterampilannya, (c) lebih memahami sesuatu yang belum dipahami sebelumnya, (d) memiliki pandangan yang baru atas sesuatu hal, (e) lebih menghargai sesuatu daripada sebelumnya. Dapat disimpulkan bahwa istilah hasil belajar merupakan perubahan dari siswa sehingga terdapat perubahan dari segi pengetahuan, sikap, dan keterampilan.

Berdasarkan pemaparan kajian teori diatas, peneliti dalam hal ini sangat tertarik dalam judul skripsi ini dikarenakan peneliti berpendapat bahwa apakah penggunaan media sosial *pinterest* sangat mempengaruhi hasil belajar siswa dan kreativitasnya sebagai referensi visual dalam pembelajaran desain busana.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan hasil belajar adalah kemampuan-kemampuan siswa yang dapat dilihat dari ketuntasan belajarnya dalam mengerjakan tugas, dan apresiasi yang baik dalam proses pembelajaran. Hasil belajar kemudian dievaluasi untuk mengukur sejauh mana siswa telah mencapai tujuan

pembelajaran yang telah ditetapkan.

2.3 Desain Busana

2.3.1 Definisi Desain

Arti kata desain, yaitu rancangan atau konsep. Kata "desain" merupakan kata baru yang masuk ke dalam bahasa Indonesia dari kata bahasa Inggris "design". Desain adalah suatu rancangan atau gambaran suatu obyek atau benda, dibuat berdasarkan susunan dari garis, bentuk, warna dan tekstur (Sri Widarwati, 2000 : 17). Desain adalah suatu rancangan atau gambaran suatu obyek atau benda, dibuat berdasarkan susunan dari garis, bentuk, warna dan tekstur (Chodiyah dan Wisri A. Mamdy, 2000 : 58). Kemudian menurut Arifah A. Riyanto (2003) desain adalah rancangan sesuatu yang dapat diwujudkan pada benda nyata atau perilaku manusia yang dapat dirasakan, dilihat, dan diraba.

Kesimpulannya adalah bahwa desain merupakan suatu rancangan sebelum membuat suatu benda seperti, pakaian, desain interior, arsitek, dan lainnya yang dapat dirasakan, dilihat, dan diraba untuk menciptakan hasil akhir yang estetik

2.3.2 Definisi Busana

Kata 'busana' diambil dari bahasa Sansekerta yaitu 'bhusana'. Dalam Bahasa Jawa dikenal 'busono'. Pada kedua Bahasa itu artinya sama yaitu 'perhiasan'. Namun dalam bahasa Indonesia terjadi penggeseran arti "busana" menjadi "padanan pakaian". Pengertian busana dan pakaian sebenarnya berbeda dengan kata lain busana adalah pakaian yang menarik secara visual, serasi, disesuaikan dengan pemakainya, dan sesuai dengan acara yang dikenakan. Hal ini sejalan dengan arti asli kata busana "perhiasan", yang mengandung keindahan dan nilai seni. Berbeda dengan pakaian yang memiliki definisi bagian busana yang termasuk dalam kategori busana pokok dan digunakan untuk menutupi bagian tubuh.

Menurut Arifah A. Riyanto (2009), busana dalam arti umum adalah bahan tekstil atau bahan lainnya yang sudah dijahit atau tidak dijahit yang dipakai atau disampirkan untuk menutupi tubuh seseorang. Menurut Ernawati (2008:27) busana dalam pengertian luas adalah segala sesuatu yang dipakai mulai dari kepala sampai ujung kaki yang memberi kenyamanan dan keindahan bagi sipemakai, Secara garis besar busana meliputi busana mutlak, milineris, dan aksesoris.

2.3.3 Definisi Desain Busana

Menurut Riyanto (2003) desain busana yaitu rancangan model busana berupa gambar dengan mempergunakan unsur garis, arah, bentuk, ukuran, warna dan tekstur yang diwujudkan sebagai busana. Menurut Sri Ardiati Kamil (1986), mendesain busana adalah mencipta mode, mencipta adalah mengeluarkan perasaan yang kuat yang didorong oleh emosi sehingga terbentuk sesuatu yang baru tentang mode pakaian.

Desain busana harus diilustrasikan dengan jelas apa yang ada dalam pikiran seorang perancang hingga dapat dibaca oleh orang lain dalam bentuk gambar. Desain busana tidak hanya sekadar produk akhir, tetapi juga merupakan karya seni. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan desain busana adalah proses merancang pakaian dengan menerapkan unsur dan prinsip desain ke dalam bentuk gambar agar dapat dipahami oleh orang lain sebelum diwujudkan dalam bentuk busana.

2.3.4 Penggolongan Desain

Menurut Sri Widarwati (2000) desain dibagi menjadi dua macam;

1. *Desain Struktur*, ialah desain berdasarkan bentuk, ukuran, warna, dan tekstur dari suatu benda. Desain dapat berbentuk benda yang memiliki tiga ukuran atau dimensi maupun gambaran dari suatu benda dan dikerjakan diatas kertas. Desain struktur pada desain busana mutlak harus dibuat dalam suatu desain dan disebut *Siluet*. Berdasarkan garis yang digunakan dibedakan berbagai macam struktur dasar siluet model pakaian. Macam-macam siluet tersebut adalah siluet S, A, H, I, Y, dan *bustle*. Desain struktur pada busana disebut juga dengan siluet busana (*silhouette*). Siluet adalah garis luar dari suatu pakaian, tanpa bagian-bagian atau detail seperti lipit, kerut, kelim, kup dan lain-lain.
2. *Desain Hiasan*, ialah desain yang berfungsi untuk memperindah suatu benda. Setiap garis, warna, atau bahan-bahan lain yang digunakan pada desain struktur dengan tujuan untuk mempertinggi mutu hanyalah merupakan desain hiasan. Desain hiasan dapat berupa garis, warna atau bahan-bahan lain yang digunakan pada desain struktur dengan tujuan untuk mempertinggi mutu. Desain hiasan adalah desain yang berfungsi untuk memperindah desain struktur suatu benda baik sebagai hiasan atau fungsi. Pada desain busana hiasan ini dapat berbentuk kerah, saku, renda- renda, lipit hias, biku-biku, kancing, sulaman dan lain-lain.

2.3.5 Sumber Ide

Menurut widarwati et al., (1996)) sumber ide adalah segala sesuatu yang dapat memunculkan ide seseorang untuk menciptakan karya atau desain baru. Semua yang ada di sekitar kita, suatu peristiwa atau benda-benda dapat dipakai sebagai sumber ide untuk menciptakan desain busana (Chodijah & Wisri A.M., 1982: 172). Sumber ide dalam mendesain busana sangat beragam dan bisa datang dari berbagai aspek kehidupan. Sumber ide secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1. Sumber ide dari penduduk dunia, atau pakaian daerah-daerah di Indonesia.
2. Sumber ide dari benda-benda alam, seperti bentuk dan warna dari bentuk tumbuh-tumbuhan, binatang, gelombang laut, bentuk awan dan bentuk benda geometris.
3. Sumber ide dari peristiwa-peristiwa nasional maupun internasional, seperti PON, Olimpiade, Sea Games, Asean Games, ataupun Proklamasi Kemerdekaan RI 17 Agustus dan lain-lain.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sumber ide merupakan segala sesuatu yang terdapat di lingkungan sekitar yang dapat menimbulkan inspirasi bagi seseorang untuk menciptakan desain baru, dalam hal ini adalah berupa desain busana.

Berikut penjelasan mengenai beberapa sumber ide yang dapat dimanfaatkan untuk mendesain busana :

1. Media sosial

Media sosial telah menjadi salah satu sumber inspirasi utama bagi desainer busana. Platform seperti *Pinterest*, Instagram, dan Tumblr menyediakan berbagai gambar dan ide yang dapat memicu kreativitas. Media sosial *pinterest* merupakan media sosial yang paling sering dimanfaatkan untuk mencari referensi visual. *Pinterest* adalah alat penemuan visual yang dapat digunakan untuk mencari ide-ide berupa kumpulan gambar. Penggunaanya dapat menemukan dan menyimpan gambar-gambar yang menginspirasi mereka, membuat mood board, dan mengikuti tren fashion terbaru. *Pinterest* banyak digunakan untuk mengunggah karya visual yang membantu siswa tata busana menemukan ide dan inspirasi melalui berbagai gambar atau foto karya desainer busana

2. Observasi Lingkungan

Mengamati lingkungan sekitar adalah cara klasik namun efektif untuk mendapatkan inspirasi desain busana. Ini termasuk:

a. Tren Fashion di Jalanan

Street style sering kali menjadi cerminan dari tren fashion terbaru dan dapat memberikan inspirasi tentang apa yang populer di kalangan masyarakat umum.

b. Pameran dan Peragaan Busana

Fashion shows dan pameran busana adalah sumber langsung untuk melihat karya desainer lain, memahami tren yang sedang naik daun, dan mendapatkan ide tentang bagaimana menggabungkan elemen-elemen baru ke dalam desain sendiri.

c. Toko dan Butik Fashion

Mengunjungi toko fashion dan butik dapat memberikan wawasan tentang apa yang sedang dijual, bagaimana busana ditampilkan, dan preferensi pelanggan.

3. Alam dan Kehidupan Sehari-hari

Alam menyediakan berbagai bentuk, warna, dan tekstur yang dapat menjadi inspirasi untuk desain busana. Contoh inspirasi dari alam termasuk:

a. Bentuk dan Struktur

Bentuk bunga, daun, batu, dan hewan dapat diadaptasi menjadi pola dan siluet yang unik dalam desain busana.

b. Warna

Palet warna alam seperti warna musim semi, matahari terbenam, dan laut dapat memberikan kombinasi warna yang harmonis dan menarik.

c. Tekstur

Tekstur alami seperti kulit kayu, pasir, dan permukaan air dapat diterjemahkan menjadi detail tekstil dalam pakaian.

4. Literatur

Literatur seperti buku, cerita pendek, dan puisi dapat memberikan ide tentang tema, narasi, dan karakter yang bisa diterjemahkan ke dalam koleksi busana.

Desainer busana dapat mengembangkan kreativitas mereka dan menghasilkan

karya-karya yang inovatif serta orisinal dengan mengeksplorasi berbagai sumber ide. Kombinasi dari berbagai inspirasi ini membantu menciptakan desain yang tidak hanya estetis tetapi juga memiliki nilai artistik dan kultural yang mendalam.

Proses pengembangan ide untuk menciptakan busana sebaiknya memperhatikan detail dari ide yang akan digunakan. Kreativitas dalam merancang sebuah kreasi tidak harus terpaku pada aturan yang kaku, namun inspirasi dari sumber ide harus jelas tercermin dalam desain. Berbagai pandangan individu terhadap ide yang sama dapat menghasilkan karya yang berbeda-beda.

Kesimpulan dari penggunaan media sosial pada hasil belajar desain busana adalah kemampuan siswa dalam menggunakan media sosial sebagai media belajar untuk mencari informasi dan sarana mencari referensi visual memiliki pengaruh dalam meningkatkan hasil belajar desain busana.

2.3 Penelitian Relevan

Berdasarkan kajian penelitian sebelumnya yaitu memuat hasil-hasil penelitian yang relevan, dengan maksud untuk menghindari duplikasi. Selain itu, untuk menunjukkan bahwa topik yang diteliti belum pernah diteliti dalam konteks yang sama. Berikut merupakan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian peneliti, antara lain :

Tabel 2.1 Penelitian relevan

No.	Nama Penulis	Tahun	Judul Jurnal	Tujuan	Hasil
1.	Elsa Dewi Iriyanti	2017	Pengaruh Tayangan Fashion dari Internet Terhadap Hasil Belajar Desain Busana	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh intensitas melihat tayangan fashion dari internet terhadap hasil belajar desain busana	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh tayangan fashion dari internet dengan hasil belajar desain busana.
2.	Widya Rahma Wati, Endang Wani Karyaningsih	2017	Pengaruh Pemanfaatan Media Internet Terhadap Hasil Pembelajaran Desain Busana Siswa SMK	Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media internet terhadap hasil pembelajaran desain busana, pemanfaatan media internet, dan pencapaian hasil belajar desain busana.	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan media internet terhadap hasil pembelajaran desain busana
3.	Muhammad Heru Arie Edytia, Zulhadi Sahputra	2021	<i>Pinterest</i> Sebagai Media Referensi Visual Pada Matakuliah Perancangan Arsitektur	Penelitian ini bertujuan untuk merefleksikan penggunaan <i>Pinterest</i> sebagai media referensi visual bagi dosen dan mahasiswa pada matakuliah Perancangan Arsitektur (PA) dan Pengembangannya selama proses pembelajaran jarak jauh (PJJ)	Berdasarkan hasil penilaian <i>Pinterest</i> dapat menjadi media alternatif yang membantu proses desain pada matakuliah PA.

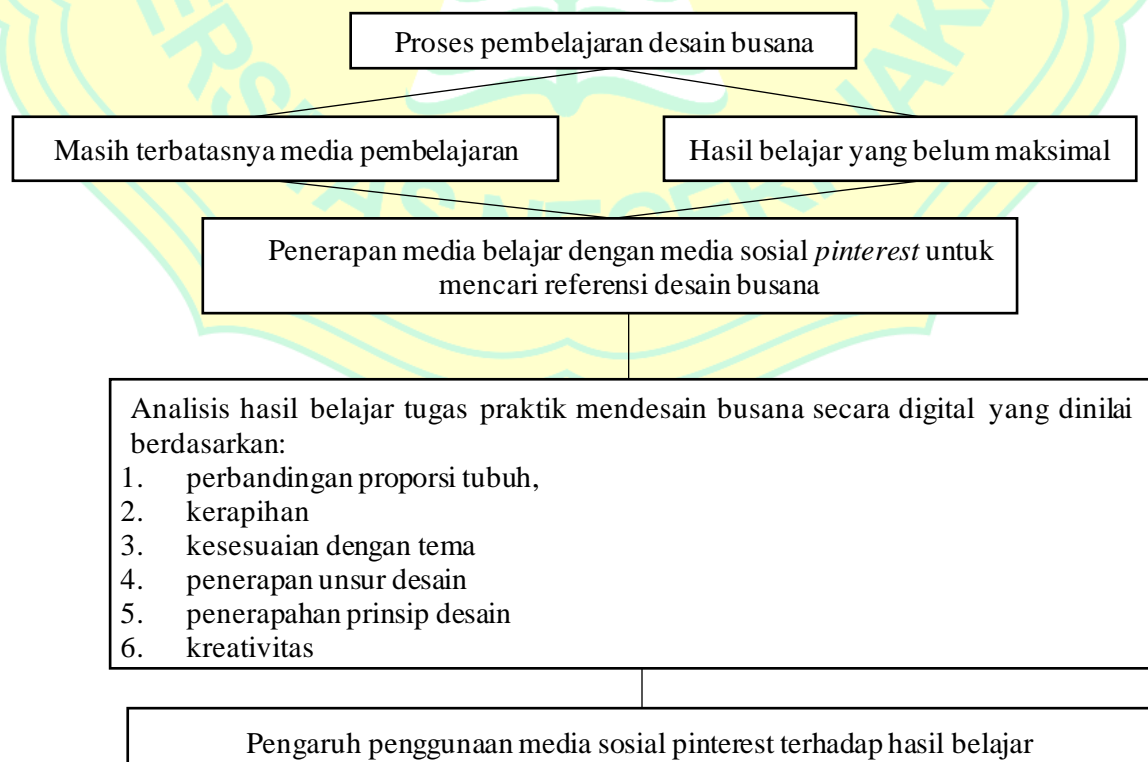
2.4 Kerangka Berpikir

Mata Pelajaran yang terdapat pada jurusan tata busana salah satunya adalah

desain busana. Desain busana merupakan mata pelajaran yang mempelajari tentang pengetahuan bagaimana menciptakan rancangan busana, untuk mencapai tujuan pembelajaran agar hasil yang dicapai lebih maksimal dibutuhkan media pembelajaran. Salah satu media sosial yang banyak digunakan dan banyak berisi desain busana adalah media sosial *pinterest*. Penggunaan media sosial *pinterest* dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media sosial untuk sumber referensi visual dalam mengembangkan kreativitas mendesain busana. Media sosial tersebut diharapkan memiliki pengaruh untuk proses pembelajaran siswa yang dapat dilihat dari peningkatan hasil belajar mendesain busana.

Media sosial *pinterest* merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menemukan, menyimpan, dan berbagi berbagai jenis konten visual seperti gambar, video, dan artikel. Secara khusus, *Pinterest* sering digunakan sebagai alat untuk mencari inspirasi dalam berbagai bidang salah satunya bidang *fashion*. Siswa diharapkan mengakses media sosial *pinterest* sehingga dapat mempengaruhi kreativitas mereka dengan memanfaatkan ide-ide dan konsep yang mereka temukan di *Pinterest*. Ide dan konsep yang mereka temukan kemudian diterapkan dalam tugas-tugas mendesain busana.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan kerangka berpikir penelitian tentang penggunaan media sosial *pinterest* terhadap hasil belajar siswa pada pembelajaran desain busana di smk negeri 33 jakarta, sebagai berikut :



Gambar 2.2 Bagankerangka berpikir

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. H_a

Penggunaan media sosial *pinterest* berpengaruh terhadap hasil belajar siswa desain busana

b. H_o

Penggunaan media sosial *pinterest* tidak berpengaruh terhadap hasil belajar siswa desain busana.

