

SKRIPSI

**HUBUNGAN TERPAAN KONTEN DE-INFLUENCING DI MEDIA
SOSIAL DENGAN MINAT BELI PRODUK BUSANA MINIMALIS**



Disusun Oleh:

Alia Citra Oktavia

1515620061

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Hubungan Terpaan Konten De-influencing di Media Sosial dengan
Minat Beli Produk Busana Minimalis
Penyusun : Alia Citra Oktavia
NIM : 1515620061

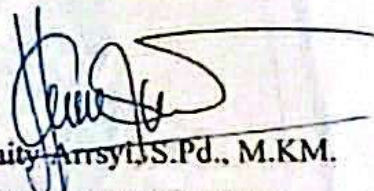
Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

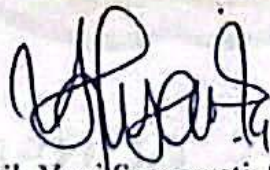


Dr. Phil. Yeni Sesnawati, S.Pd. M.T.
NIP. 198106012006042001



Esty Nurbaity Arsyil, S.Pd., M.KM.
NIP. 197409281999032001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T.
NIP. 198106012006042001

LEMBAR UJIAN SKRIPSI

Judul : Hubungan Terpaan Konten De-influencing di Media Sosial dengan
Minat Beli Produk Busana Minimalis

Penyusun : Alia Citra Oktavia

NIM : 1515620061

Pembimbing I



Dr. Phil. Yeni Sesnawati. S.Pd. M.T.
NIP. 198106012006042001

Pembimbing II



Esty Nurbaity Arsyi, S.Pd., M.KM.
NIP. 197409281999032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:

Ketua Penguji



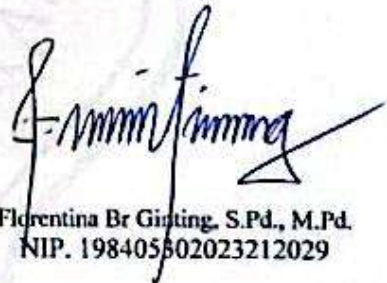
Rahayu Purnama, S.Pd., M.Pd., Ph.d.
NIP. 198607232025062001

Anggota Penguji I



Muchamad Noerhuryono, S.Pd., M.Pd.
NIP. 196810312003121001

Anggota Penguji II



Florentina Br Gisting, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198405302023212029

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T.
NIP. 198106012006042001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta ataupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni dari gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan dari dosen pembimbing
3. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Juli 2025



Alia Citra Oktavia
NIM. 1515620061



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN
TEKNOLOGI
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili : 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alia Citra Oktavia
NIM : 1515620061
Fakultas/Prodi : Fakultas Teknik/Pendidikan Tata Busana

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi Lain lain (.....)

yang berjudul :

“Hubungan Terpaan Konten De-influencing di Media Sosial dengan Minat Beli Produk
Busana Minimalis”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2025

Penulis

(Alia Citra Oktavia)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala Puji bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan, program studi Pendidikan Tata Busana di Universitas Negeri Jakarta dengan judul "Hubungan Terpan Konten *De-influencing* di Media Sosial dengan Minat Beli Produk Busana Minimalis". Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta nasihat dari berbagai pihak. Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt., M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. Phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta
3. Dra. Melly Prabawati, M.Pd. selaku Pembimbing Akademik angkatan 2020 Program Studi Pendidikan Tata Busana
4. Dr. Phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T. dan Esty Nurbaity Arrsyi, S.Pd., M.KM. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Seluruh jajaran Tata Usaha Program Studi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta
6. Kedua orang tua, Kakak, Adik peneliti yang selalu senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Seluruh sahabat Ardhana, Zabrina, Zalfa, Zahra, Zahro, Eka, Andien, Arsyia, Muti, Aurel, Najlli, Riska, dan Najwa, dan Atikah terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, serta atas kebersamaan dan pendampingannya sejak awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan
8. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Busana angkatan 2020 yang telah yang telah menjadi bagian dari perjalanan peneliti selama masa perkuliahan

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan peneliti terima. Peneliti berharap, semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk berbagai pihak.

Jakarta, 28 Juli 2025

Alia Citra Oktavia
NIM. 1515620061



HUBUNGAN TERPAAN KONTEN *DE-INFLUENCING* DI MEDIA SOSIAL DENGAN MINAT BELI PRODUK BUSANA MINIMALIS

Alia Citra Oktavia

Dosen Pembimbing: Dr. Phil. Yeni Sesnawati, S.Pd.,M.T. dan Esty Nurbaity Arrsy, S.Pd., M.KM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan terpaan konten *de-influencing* di media sosial dengan minat beli produk busana minimalis. Media sosial sebagai platform pertukaran informasi berperan penting dalam perkembangan tren dan perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuisioner yang melibatkan 120 responden dengan pengambilan sampel secara purposive. Instrumen penelitian mengacu pada indikator terpaan media dari Rosengen dan indikator minat beli dari Kotler, Keller, dan Chernev. Analisis data menggunakan uji korelasi spearman rank yang menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,483 dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang mengindikasikan hubungan positif dan korelasi sedang antara terpaan konten *de-influencing* dengan minat beli busana minimalis responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi terpaan konten *de-influencing* maka semakin tinggi pula minat responden terhadap busana minimalis. Terpaan konten tertinggi berada pada indikator atensi dengan persentase 68%. Minat beli tertinggi berada pada indikator *awareness* atau kesadaran dengan persentase sebesar 79%.

Kata Kunci : *Media sosial, Terpaan konten, De-influencing, Minat Beli, Busana Minimalis.*

THE RELATIONSHIP BETWEEN DE-INFLUENCING CONTENT EXPOSURE ON SOCIAL MEDIA AND INTEREST IN PURCHASING MINIMALIST FASHION PRODUCT

Alia Citra Oktavia

**Supervisors: Dr. Phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T. and Esty Nurbaity Arrsy,
S.Pd., M.KM.**

ABSTRACT

This study aims to analyse the relationship between exposure to de-influencing content on social media and interest in purchasing minimalist fashion products. Social media, as a platform for information exchange, plays an important role in the development of trends and consumer behaviour. This study employs a quantitative method with data collection through a questionnaire involving 120 respondents selected through purposive sampling. The research instruments are based on Rosengen's media exposure indicators and Kotler, Keller, and Chernev's purchase interest indicators. Data analysis using Spearman's rank correlation test showed a correlation coefficient of 0.483 with significance $p = 0.000$ ($p < 0.05$), indicating a positive relationship and moderate correlation between exposure to de-influencing content and respondents' interest in purchasing minimalist fashion. The research findings indicate that the higher the exposure to de-influencing content, the higher the respondents' interest in minimalist fashion. The highest content exposure was on the attention indicator with a percentage of 68%. The highest purchase interest was on the awareness indicator with a percentage of 79%.

Keywords: *Social media, content exposure, De-influencing, Purchase Interest, Minimalist Fashion.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	i
LEMBAR UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	6
2.1 Media Sosial	6
2.2 Terpaan Konten <i>De-influencing</i>	7
2.2.1 Terpaan Media	7
2.2.2 Konten	9
2.2.3 <i>De-influencing</i>	10
2.3 Minat Beli	12
2.4 Busana Minimalis	16
2.5 Kerangka Berfikir	18
2.6 Penelitian Relevan	19
2.7 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Tujuan Operasional Penelitian	23
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	23

3.3 Metode Penelitian.....	23
3.4 Populasi, Sampel, Metode Sampling.....	24
3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Sampel	24
3.4.3 Metode Sampling.....	25
3.5 Variabel Penelitian	26
3.5.1 Definisi Konseptual Variabel	26
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	26
3.6 Instrumen Penelitian.....	27
3.6.1 Instrumen Variabel Terpaan Konten <i>De-influencing</i>	27
3.6.2 Instrumen Variabel Minat Beli Busana Minimalis	28
3.7 Uji Validitas	29
3.8 Uji Reabilitas	30
3.9 Teknik Pengumpulan Data	31
3.10 Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Dekripsi Data.....	33
4.1.1 Karakteristik Responden.....	33
4.2 Pengujian Prasyarat Analisis Data.....	34
4.2.1 Uji Validitas.....	34
4.2.2 Uji Reabilitas	35
4.3 Data Hasil Penelitian	36
4.3.1 Penjelasan Variabel Terpaan Konten <i>De-influencing</i>	36
4.3.2 Variabel Minat Beli Busana Minimalis	41
4.4 Uji Hipotesis.....	51
4.4.1 Uji Korelasi Spearman Rank	51
4.5 Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Implikasi	58
5.3 Saran.....	58
5.4 Temuan Peneliti.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	64

BIODATA PENULIS.....	84
-----------------------------	-----------



DAFTAR TABEL

Tabel 2.6.1. Penelitian Relevan.....	20
Tabel 3.6.1. Kisi-kisi Instrumen Terpaan Konten De-influencing.....	28
Tabel 3.6.2 Kisi-kisi Instrumen Minat Beli Busana Minimalis	29
Tabel 3.8.1 Nilai Alpha Cronbach	30
Tabel 3.10.1 Klasifikasi Koefisien Korelasi	32
Tabel 4.1.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	34
Tabel 4.1.2 Data Usia Responden.....	34
Tabel 4.3.1 Data Responden Indikator Frekuensi.....	37
Tabel 4.3.2 Kategorisasi Indikator Frekuensi	37
Tabel 4.3.3 Data Responden Indikator Durasi	38
Tabel 4.3.4 Kategorisasi Indikator Durasi	39
Tabel 4.3.5 Data Responden Indikator Atensi	40
Tabel 4.3.6 Kategorisasi Indikator Atensi	40
Tabel 4.3.7 Data Responden Indikator Awareness	42
Tabel 4.3.8 Kategorisasi Indikator Awareness	43
Tabel 4.3.9 Data Hasil Penelitian Indikator Knowledge.....	44
Tabel 4.3.10 Kategorisasi Indikator Knowledge.....	45
Tabel 4.3.11 Data Hasil Penelitian Indikator Liking	45
Tabel 4.3.12 Kategorisasi Indikator Liking	46
Tabel 4.3.13 Data Hasil Penelitian Indikator Preference.....	47
Tabel 4.3.14 Kategorisasi Indikator Preference.....	48
Tabel 4.3.15 Data Hasil Penelitian Indikator Conviction	48
Tabel 4.3.16 Kategorisasi Indikator Conviction	49
Tabel 4.3.17 Data Hasil Penelitian Indikator Intention.....	50
Tabel 4.3.18 Kategorisasi Indikator Intention.....	51
Tabel 4.4.1 Uji Korelasi Spearman Rank.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1. Contoh Konten De-influencing Lokal.....	11
Gambar 2.2.2. Contoh Konten De-influencing Internasional	11
Gambar 2.4.1 Item Busana Minimalis	17
Gambar 2.5.1. Bagan Kerangka Berpikir.....	19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Uji Validitas	64
Lampiran 2. Surat Pernyataan Uji Validitas	65
Lampiran 3. Instrumen Penelitian	66
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	71
Lampiran 5. Hasil Uji Reabilitas.....	72
Lampiran 6. Hasil Uji Korelasi Spearman Rank.....	72
Lampiran 7. Hasil Distribusi Frekuensi Variabel X.....	73
Lampiran 8. Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Y.....	76
Lampiran 9. Pertanyaan Terbuka	82
Lampiran 10. Dokumentasi.....	83

