



**PENGARUH AKUN INSTAGRAM RACHEL VENNYA TERHADAP
MINAT FASHION MAHASISWI BROADCASTING 2016 UNIVERSITAS
MERCUBUANA JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-

1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

UNIV Disusun Oleh : S
MERCU BUANA
Ayu Agita

44116010053

BIDANG STUDI BROADCASTING

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Akun Instagram Rachel Vennya Terhadap Minat Fashion Mahasiswi Broadcasting 2016 Universitas Mercu Buana

Nama : Ayu Agita

NIM : 44116010053

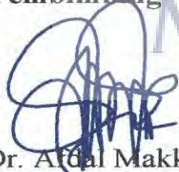
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 29 Agustus 2020

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)

Ketua Bidang Studi Broadcasting



(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn., Ph.D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Damid, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Pengaruh Akun Instagram Rachel Venny Terhadap Minat Fashion Mahasiswi Broadcasting 2016 Universitas Mercu Buana

Nama : Ayu Agita

NIM : 44116010053

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 29 Agustus 2020

Ketua Sidang,

Dicky Andika, M.Si

UNIVERSITAS

()

Penguji Ahli,

MERCU BUANA

Finy F Basarah, M.Si

()

Pembimbing,

Dr. Afdal Makkuraga, M.Si

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Akun Instagram Rachel Venny terhadap Minat Fashion Mahasiswa Broadcasting 2016 Universitas Mercu Buana

Nama : Ayu Agita

NIM : 44116010053

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 29 Agustus 2020

MERCU BUANA

Pembimbing,

(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Agita
Nim : 44116010053
Jurusan : Broadcasting
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Akun Instagram Rachel Venny terhadap Minat Fashion Mahasiswi Broadcasting 2016 Universitas Mercubuana

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli murni hasil karya sendiri yang telah saya buat untuk menjadi salah satu persyaratan untuk menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan dari skripsi atau penelitian yang sudah ada. Kecuali ada beberapa kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun

Jakarta, 23 Januari 2021

Yang Membuat Pernyataan





Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Broadcasting

Ayu Agita

44116010053

Pengaruh Akun Instagram Rachel Vennyia Terhadap Minat Fashion Mahasiswi Broadcasting Universitas Mercu Buana Jakarta.

Jumlah Halaman : vi + 80 Halaman + 5 Lampiran

Bibliografi : 29 Acuan + 2 Lainnya

ABSTRAK

Keberadaan internet sebagai new media membuat masyarakat berkembang menjadi masyarakat yang lebih modern. Berkembangnya internet yang diikuti dengan berkembangnya media sosial seperti Instagram. Instagram mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto dan video. Instagram memiliki dampak dalam berbagai aspek, salah satu bagian yang memiliki pengaruh adalah minat fashion yang sedang berkembang, Instagram banyak digemari oleh para remaja khususnya pada mahasiswi untuk mencari informasi fashion.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Akun Instagram Rachel Vennyia Terhadap Minat Fashion Mahasiswi Broadcasting 2016 Universitas Mercu Buana Jakarta. Teori yang digunakan adalah Teori Stimulus Organisme Respons (S-O-R dan Teori Usese And Effects

Hasil penelitian survey responden pada Mahasiswi Broadcasting 2016 yang masih aktif pada April 2020 Universitas Mercubuna menunjukkan adanya pengaruh akun Instagram Rachel Vennyia terhadap minat *fashion* mahasiswi. Tingkat korelasi antara akun Instagram Rachel Vennyia dengan minat *fashion* mahasiswi, menunjukkan angka 0,527 (diantara 0,400-0,600) yang menunjukkan bahwa tingkat hubungan (korelasi) antar dua variable pada penelitian ini tergolong cukup kuat.

Kata Kunci : Akun Instagram, fashion, SOR.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karuniaNya yang senantiasa menyertai, Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Akun Instagram Rachel Venny Terhadap Minat Fashion Mahasiswi Universitas Mercu Buana Jurusan Broadcasting 2016” . Penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan kejarjanaan Strata Satu (S-1) pada program studi ilmu komunikasi.

1. Kepada Orang tua saya yang sangat saya cintai, Ibu Suratmi dan Ayah Heri Kristanto yang selalu mencurahkan kasih sayangnya, memberikan dukungan dan do'a yang tiada henti di setiap sujudnya agar anaknya dilancarkan kuliahnya dan sukses di keesokan hari.
2. Bapak Dr Afdal Makkuraga, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan tanggung jawab, bijaksana, serta kesabaran luar biasa, atas bimbingan dan sarannya, membantu saya dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Ponco Budi Sulistyو. M.Com., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Kepada teman – teman seperjuangan saya terutama Cinthya, Aulia, Charissa, Tasya, Amel, Gina, Ajeng, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan semangat

untuk menyelesaikan skripsi ini, semoga kita bisa wisuda bareng dan sukses bareng.

5. Kepada Dewi Pramita yang sudah setia menemani, memberikan saran, dan memberikan waktunya untuk saya.
6. Kepada Aditya Fajar Setya Adji yang sudah setia menemani dan memberikan supportnya untuk saya agar tetap semangat dalam menjalani hari-hari dengan mengerjakan penelitian ini, semoga kita bisa wisuda bareng ya.
7. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna, baik dalam penyusunan maupun pengolahan data. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca.

Akhir kata, Penulis berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membaca Proposal Penelitian ini. Terutama mahasiswa ilmu komunikasi yang akan menyusun tugas akhir, serta menambah wawasan bagi kita semua

Jakarta, 24 Juli 2020

Penulis,
Ayu Agita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. <i>New Media</i> (Media Baru).....	11
2.2.1 Kelebihan dan Kekurangan <i>New Media</i>	13
2.3. Media Sosial (<i>Social Media</i>).....	14
2.4. Instagram.....	16
2.4.1 Fitur – Fitur Dalam Instagram.....	17
2.5. Efek Media Massa.....	19

2.6. Fashion.....	20
2.7. Teori SOR.....	22
2.10. Hipotesis.....	24
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Paradigma penelitian	25
3.2. Tipe penelitian	26
3.3. Metode Penelitian.....	26
3.4. Populasi Dan Sampel.....	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2. Sampel	28
3.5. Operasionalisasi Konsep	29
3.5.1. Definisi Konsep.....	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data	33
3.6.1. Data Primer	33
3.6.2. Data Sekunder	33
3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
3.8. Teknik Analisis Data	38
3.8.1. Uji Pengaruh (Regresi Linier Sederhana).....	39
3.8.2. Uji Korelasi.....	40
3.8.3. Koefisien Determinasi (KD).....	41
3.9. Hipotesis Statistik.....	42
BAB IV.....	44
ISI.....	44
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1. Instagram.....	44
4.1.2. Akun Instagram Rachel Vennya.....	45
4.2. Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden.....	47

4.2.2 Hasil penelitian variabel X.....	48
4.2.3. Hasil Penelitian Variabel Y.....	55
4.4. Uji Korelasi.....	64
4.4.1. Singnifikan Hasil Uji Korelasi.....	65
4.4.2. Kekuatan Hubungan (Korelasi) Variabel.....	65
4.4.3. Arah Hubungan Korelasi.....	66
4.5. Uji Regresi Linier Sederhana.....	66
4.6. Koefisien Determinasi.....	69
4.7. Uji Hipotesis.....	69
4.8. Pembahasan.....	70
BAB V.....	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1Operasionalisasi KonsepPeriode April 2020	30
Tabel 3.2 Tabel Variabel X	35
Tabel 3.3Tabel Variabel Y	35
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	37
Table 4.1 distribusi Responden Berdasasrkan Usia	47
Tabel 4.2Item 1 : (Variabel X) Rachel Vennya Memberikan Review Produk Pakaian Lewat Instagram Story.....	48
Tabel 4.3Item 2 : (Variabel X) Rachel Vennya menyarankan memakai produk pakaian yang di review.....	49
Tabel 4.4Item 3 : (Variabel X) Rachel Vennya menerangkan kelebihan dan kekurangan dari produk yang sedang di review.....	50
Tabel 4.5Item 4 : (Variabel X) Rachel Vennya menyebutkan merk atau <i>brand</i> yang ia pakai	50
Tabel 4.6Item 5 : (Variabel X) Dalam berpakaian Rachel Vennya merupakan sosok yang <i>fashionable</i>	51
Tabel 4.7Item 6 : (Variabel X) Tayangan Instagram Rachel Vennya memberikan inspirasi dalam berpakaian	52
Tabel 4.8Item 7 : (Variabel X) Tayangan Instagram Rachel Vennya memberikan tips dan trik seputar <i>fashion</i>	53

Tabel 4.9 Item 8 : (Variabel X) Informasi yang disampaikan oleh Rachel Vennya mudah di mengerti	53
Tabel 4.10 Item 9 : (Variabel X) Gaya bicara Rachel Vennya menjadi daya Tarik dalam menjelaskan suatu produk seputar <i>fashion</i>	54
Tabel 4.11 Item 10 : (Variabel Y) Saya mengetahui akun Instagram Rachel Vennya	55
Tabel 4.12 Item 11 : (Variabel Y) Saya mengetahui produk-produk <i>fashion</i> terbaru dari akun Instagram Rachel Vennya	56
Tabel 4.13 Item 12 : (Variabel Y) Saya mengetahui informasi seputar <i>fashion</i> setelah mengikuti akun Instagram Rachel Vennya	57
Tabel 4.14 Item 13 : (Variabel Y) Saya mengetahui tips dan trik dalam <i>fashion</i> lewat akun Instagram Rachel Vennya	57
Tabel 4.15 Item 14 : (Variabel Y) Saya merasa senang ketika melihat informasi atau <i>update</i> seputar <i>fashion</i> dari akun Instagram Rachel Vennya	58
Tabel 4.16 Item 15 : (Variabel Y) Saya tertarik dengan pakaian yang dipakai oleh Rachel Vennya dalam kehidupan sehari-hari	59
Tabel 4.17 Item 16 : (Variabel Y) Saya merasa senang ketika menonton video Rachel Vennya sedang <i>mix and match</i> produk <i>fashion</i> terbaru	60
Tabel 4.18 Item 17 : (Variabel Y) Saya merasa tertarik dengan gaya bicara Rachel Vennya dalam menjelaskan suatu produk.....	60

Tabel 4.19 Item 18 : (Variabel Y) Saya meniru <i>fashion</i> yang di rekomendasikan oleh Rachel Vennya.....	61
Tabel 4.20 Item 19 : (Variabel Y) Saya lebih percaya diri memakai <i>fashion</i> yang direkomendasikan oleh Rachel Vennya	62
Tabel 4.21 Item 20 : (Variabel Y) Saya mencoba membuat video tutorial yang serupa seperti yang di unggah Rachel Vennya di akun Instagramnya	63
Tabel 4.22 Item 21 : (Variabel Y) Saya sering merekomendasikan <i>fashion</i> yang dipakai oleh Rachel Vennya kepada orang lain.....	63
Tabel 4.23	64
Tabel 4.24	67
Tabel 4.25	67
Tabel 4.26	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Rachel Vennya	4
Gambar 1.2 Postingan Rachel Vennya yang mendapat <i>likes</i> kisaran 100.000 <i>likes</i> ...	4
Gambar 1.3 Postingan video Rachel Vennya yang mendapat 2.000.000 <i>views</i>	4
Gambar 4.1 Logo Instagram.....	45
Gambar 4.2 Foto Profile Instagram	45
Gambar 4.3 Foto Rachel Vennya	45



DAFTAR LAMPIRAN

1. LAMPIRAN PENGARUH AKUN INSTAGRAM RACHEL VENNYA TERHADAP MINAT *FASHION* MAHASISWI 81
2. DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... 84

