

## Table Of Content

<b>Journal Cover</b>	2
<b>Author[s] Statement</b>	3
<b>Editorial Team</b>	4
<b>Article information</b>	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
<b>Title page</b>	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
<b>Article content</b>	7

**Indonesian Journal of Cultural and  
Community Development**

ISSN 2615-6180 (ONLINE)



BROUGHT TO YOU BY

**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

## Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

## Editorial Team

### Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

### Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

### Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" [International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

## Article information

**Check this article update (crossmark)**



**Check this article impact (\*)**



**Save this article to Mendeley**



(\*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

## **The Influence of @Pevpearce Instagram Account on Dress Style**

### *Pengaruh Akun Instagram @Pevpearce Terhadap Gaya Berbusana*

**Dinda Oktaviani, Larasatidinda044@gmail.com, (0)**

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

**Kukuh Sinduwiatmo, kukuhsinduwiatmo@umsida.ac.id, (1)**

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

(1) Corresponding author

#### **Abstract**

This study aims to find out how the influence of Pevita Pearce on Instagram on Pevo's fashion style in Surabaya, the research uses quantitative methods. The location of this research was carried out by researchers on the Instagram account Pevo Surabaya with the duration of the study September 2020-November 2020. The research variables are social media and style. dress. The sample of this study was 100 respondents with a sampling technique that is simple random sampling. Data analysis used simple linear regression analysis. Based on the results of the analysis in the previous chapter, it can be concluded that the results of the data analysis test show that the influence of Instagram social media has a significant effect on the form of self-existence on changes in Pevo Surabaya fashion style. The influence of Instagram social media on Pevo Surabaya's fashion style is shown in the simple linear regression test table of 0.576 which can be categorized as high this is because Pevita herself is very active on Instagram and her fans gather on social media.

---

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi diikuti pula sejalan dengan perkembangan komunikasi. Komunikasi mendorong manusia dalam melakukan interaksi. Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok. Komunikasi bahkan tidak harus saling berinteraksi lewat percakapan. Karena seperti yang kita ketahui komunikasi merupakan suatu kegiatan mengirimkan informasi dari seorang komunikator kepada komunikan melewati atau tanpa sebuah perantara. Berkomunikasi pada dasarnya menggunakan lambang diantaranya berupa verbal dan non verbal. Sering sekali informasi yang didapatkan untuk menunjang pengetahuan dan menambah wawasan [1].

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi muncul berbagai inovasi yang mempermudah manusia untuk mendapatkan informasi. Hadirnya radio dan TV merupakan bukti nyata kemudahan informasi bisa didapatkan. Seseorang bisa dengan mudah mendapatkan informasi melalui TV atau radio [2]. Bahkan seseorang dapat melihat tayangan secara langsung di tempat yang jauh. Tak berhenti sampai disini kemudahan mendapatkan informasi juga ditunjang dengan hadirnya smartphone. Setiap orang mampu terhubung dengan mudah dan cepat tanpa waktu lama. Seseorang dapat berinteraksi dari jarak jauh tanpa terbatas ruang dan waktu. Setiap orang telah memiliki smartphone bahkan dari berbagai usia dan kalangan [3].

Kemudian lahir media baru (*new media*) yang semakin mempermudah manusia dalam mendapatkan informasi dengan hadirnya internet. New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public [4]. Informasi dengan mudah didapatkan dengan adanya fitur didalam smartphone yang ditunjang oleh internet. Internet dapat menyatukan dunia tanpa batasan. Seseorang dapat mengirimkan sebuah pesan melalui email ke Jerman tanpa harus menunggu beberapa hari atau minggu. Hanya dalam hitungan menit bahkan detik saja pesan yang kita kirim mampu diterima dengan mudah. Hadirnya media sosial juga merupakan kemudahan yang ditawarkan internet. Berbagai media sosial seperti email, blog dan situs jejaring sosial (facebook, instagram, dll) terhubung secara online melalui internet.

Semakin berkembangnya pengguna media sosial, hingga Januari 2019 total pengguna mencapai 150 juta pengguna, ini berarti mayoritas penggunaan internet untuk berkomunikasi dan mendapatkan sebuah informasi melalui media sosial. Jumlah pengguna media sosial sekarang ini mencapai 56% dari jumlah total penduduk Indonesia, dengan pengguna berbasis *mobile* nya mencapai hingga 130 juta. Dijabarkan oleh Tekno Kompas, dari riset Januari 2018 sampai dengan Januari 2019 terdapat peningkatan hingga 20 juta pengguna media sosial di Indonesia [5].

Aplikasi *mobile* adalah aplikasi berbasis *mobile* yang memungkinkan pengguna untuk dapat melakukan mobilitas dengan menggunakan telepon genggam berkemampuan mengakses internet. Dengan menggunakan aplikasi *mobile*, dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berbisnis, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, *browsing*. Salah satu aplikasinya ialah Instagram [6].

Bahasa teks visual (foto) mempunyai potensi istimewa dalam menyampaikan pesan. Pertama, teks visual mampu dikenal pasti dengan cepat dan langsung dipahami dari pada bahasa verbal, tulisan, lisan maupun suara. Kedua, teks visual lebih berkesan dari pada suara yang bergerak dalam tempo pergerakan waktu. Dan ketiga, teks visual mempunyai nilai simbolik yang lebih kuat dibandingkan bahasa verbal. Foto yang diunggah antara lain seperti foto makanan, pakaian, gaya hidup, hingga kebiasaan seperti berolahraga dan lainnya. Salah satu yang menarik adalah foto dengan bertema fashion. Sehingga sekarang instagram juga bisa digunakan sebagai acuan seseorang dalam berfashion. Banyak kalangan selebritis dan non selebritis yang sering mengunggah foto dengan OOTD (*out fit of the day*) yang menampilkan busana yang dipakai dengan kombinasi yang sesuai [7].

Seorang selebritis membuka tawaran untuk membantu menjualkan baju atau outfit yang dijual oleh online shop. selebritis membantu dengan mempromosikan melalui foto di akun instagram pribadi. Dengan dipadukan gaya berfashion nya, maka seorang akan tertarik dan bahkan akan membeli barang yang sama seperti yang dipakai. Maka followers yang awalnya hanya meniru gaya berpakaian bahkan sampai berusaha membeli barang tersebut. Kemudian setiap foto yang diunggah oleh selebgram merupakan inspirasi gaya berpakaian mereka. Apa yang sering dipakai maka mereka anggap itu merupakan trend fashion. Yang awalnya hanya diikuti oleh beberapa orang kemudian mulai merambah dan menjadi trend [8].

Di era digital ini, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita, salah satu media sosial seperti Instagram sekarang ini juga dimanfaatkan oleh berbagai media untuk menyebarkan berita, bisa dengan video singkat atau mengunggah foto dan juga memberi caption (keterangan foto). Pengguna instagram sendiri setiap bulannya selalu naik terus dan itu sangatlah pesat kenaikannya pun begitu fantastis. Tampilannya yang menarik dan mudah (*eye catching*), masyarakat modern lebih memilih untuk membaca dan mem-follow (mengikuti) akun berita media mainstream di media sosial Instagram. Masyarakat bisa membaca, melihat dan mendengarkan lewat foto, teks, video atau audio yang diunggah. Tidak hanya satu arah seperti Teori Komunikasi yaitu Teori Jarum Suntik, tapi melalui Instagram ini masyarakat juga bisa saling melakukan interaksi lewat kolom komentar yang disediakan Instagram. Selain kolom komentar juga ada lambang "love" untuk melakukan like atau dislike terhadap postingan yang diunggah, sehingga terjadi komunikasi dua arah. Instagram merupakan alat promosi dan komunikasi yang paling banyak digunakan karena berdampak sangat signifikan terhadap perkembangan bisnis

karenamemiliki kelebihan diantaranya banyak pengguna serta tidak memerlukan biaya untukmembuat akun di sebuah media sosial. Pengguna internet di Indonesia mencapai 82 juta orang dengan capaian tersebut Indonesia menduduki peringkat 8 besar dunia Instagram memberikan peran penting bagi pelaku bisnis yang menggunakannya sebagai media pemasarannya, diantaranya adalah instagram sebagai media promosi yang dianggap efektif oleh para informan, yang kedua instagram sebagaimedia komunikasi antara pelaku bisnis dengan para konsumennya [9].

Sebuah studi yang dilakukan oleh jimsjournal pada tahun 2017 menjelaskan bahwa jika artis atau seniman dengan nama besar ternyata dapat mempengaruhi penjualan. Peningkatan tersebut terjadi karena banyak penggemar yang cenderung mengikuti kebiasaan atau behavior idolanya tersebut. Semakin berpengaruh seseorang, semakin besar pula bayaran yang akan ia dapatkan dari sekali endorse. Media sosial bisa menjadi lumbung uang yang sangat besar bagi para namun. Namun, untuk menjadi seseorang yang terkenal di dunia maya tidaklah mudah karena mereka harus mempunyai jumlah pengikut yang besar

Sebagaimana Pevita pearce yang terkenal dengan penampilannya yang modis khas anak muda, mengenakan kaos yang dipadukan dengan celana jeans atau *dress* dan membagikan *ootd* miliknya keakun instagram dia yang bernama @PevPearce lalu akan disebut oleh para penggemar dan banjir pujian dikolom komentar,karena Selain cantik dan berbakat, Pevita Pearce mempunyai daya tarik tersendiri dalam gaya berpakaian yang menjadi panutan banyak perempuan Di sela-sela kesibukan menjadi seorang aktris, Pevita tetap tampil sangat chic dan fashionable. Penampilan yang *edgy* dan *gorgeous* memang selalu melekat pada penampilan Pevita.Untuk kegiatan yang sedikit formal.Dia dapat menyesuaikan penampilan di tiap tiap acara Dari akun media sosialnya, follower dapat mengetahui bahwa kesibukan Pevita dan segala outfit yang digunakan.

Keberadaan media sosial memang banyak membantu Pevita untuk memahami orang lain, termasuk para penikmat karyanya.selain itu sudah banyak penggemar dia yang menyukai gaya berbusana yang terkesan simple karena pevita sendiri rajin sekali memposting apa yang sering dia pakai di Instagram pevita juga mempunya fanbase atau sekelompok penggemar bernama pevo yang berarti Pevita official. Berdasarkan latar belakang diatas penulis membuat penelitian kuantitatif dengan judul "Pengaruh Akun Instagram Pevpearce Terhadap Gaya Berbusana Pevo Surabaya

## Metode Penelitian

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan hasil kebenaran dan pengetahuan yang bersifat ilmiah melalui prosedur metodologi penelitian yang sudah ditetapkan, jenis penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, karena menggunakan data penelitian yang berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik [10]. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan mengembangkan teori serta hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam yang terjadi.

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan oleh peneliti pada akun instagram Pevo Surabaya dengan durasi penelitian september 2020- November 2020

### Variabel Penelitian

#### Social Media Instagram

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Social media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram dan Wikipedia. Social Media Instagram, memiliki indikator sebagai berikut.

- a)Identity fluidity
- b)Anti-hierarchies
- c)A world of information

#### Gaya Busana

Fashion adalah busana yang menentukan penampilan seseorang dalam suatu acara tertentu sehingga terlihat berbeda dari sebelumnya.Mengidolakan seorang public figure dengan kata lain menggemari atau menyukai seorang tokoh yang dianggap membawa dampak yang bagus untuk dijadikan kiblat menggemari atau menyukai seorang tokoh yang dianggap membawa dampak yang bagus untuk dijadikan kiblat arah untuk style fashion berbusana sendiri bagi para penggemar adalah hal yang lumrah di zaman ini. Gaya busana, memiliki indikator



sebagai berikut[11].

a)imitasi

b)sugesti

c)identifikasi

d)simpati

Populasi Dan Sampel

Menurut [10] populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu, kemudian di tetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian di ambil kesimpulannya. Populasi dari pevo Surabaya diambil dari followers akun instagram Pevo Surabaya. Teknik pengambilan sampel secara random sampling digunakan dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif dengan melihat populasi yang representatif. Maka, Jadi responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden

Jenis dan Sumber Data

Jenis data kuantitatif merupakan data yang dapat diukur dengan skala numerik (angka) dan diolah dengan menggunakan rumus - rumus statistik dan software SPSS. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber data primer dalam penelitian ini di dapat dari penyebaran angket yang berisi kuesioner

Metode Analisis Data

Analisis regresi merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini metode analisis yang di gunakan untuk menjawab hipotesis yang tertuang dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Pengujian hipotesis menggunakan uji t yaitu dengan menggunakan uji signifikan.Jika nilai Signifikan lebih dari 0,05 alpha, maka berarti ada alasan untuk menerima hipotesis satu (H1) dan menolak hipotesis nol (H0), Demikian sebaliknya

## Hasil dan Pembahasan

### A. Profil Responden

Responden penelitian ini adalah 100 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan memberikan beberapa kuesioner kepada mahasiswa. Klasifikasi responden yang ditanyakan pada kuesioner ini antara lain jenis kelamin, usia, dan usia. Besaran prosentase masing-masing karakter responden ada pada tabel berikut ini.

Klasifikasi	Sampel	%
Jenis kelamin		
Laki Laki	47	47,0
Perempuan	53	53,0
Usia		
<15,	4	4,0
16-20	23	23,0
21-25	64	64,0
>26	9	9,0
Pekerjaan		
Karyawan	11	11,0
Mahasiswa	44	44,0
Pelajar	4	4,0
Lainnya	41	41,0

**Table 1.** Deskripsi Karakteristik responden data diolah (2021)

Berdasarkan hasil jawaban dari 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian, terdapat bahwa responden dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 47 orang (47,0%) dan responden perempuan sebanyak 53 orang

(53,0%) dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan jenis kelamin perempuan yakni sebanyak 53 (53,0%). Dalam kategori usia bahwa responden yang berusia <15 yakni sebanyak 4 0rang (4,0%), responden yang berusia 16-20 yakni sebanyak 23 orang (23,0%),responden yang berusia 21-25 yakni sebanyak 64 orang (64,0%),responden yang berusia >26 sebanyak 9 orang (9,0%). Dan kategori pekerjaan bahwa responden dengan pekerjaan karyawan sebanyak 11 orang (11,0%),mahasiswa sebanyak 44 orang (44,0%),pelajar sebanyak 4 orang(4,0%),dan lainnya sebanyak 41 orang (41,0%).

## B. Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B			Std. Error	Beta
1	(Constant)	8.950	3.476		2.574	.012
	Social Media	.683	.098	.576	6.967	.000

a. Dependent Variable: Gaya Berbusana

**Table 2.** Regresi Linier Sederhana Olah data SPSS (2021)

Dari hasil tampilan output SPSS diatas dapat dilihat bahwa Pada Variabel social media nilai signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh terhadap gaya berbusana

## D. Pembahasan

Berdasarkan hasil survey dan penyebaran kuisioner online yang telah disebarakan serta tabel diatas bahwa uji T diperoleh nilai t hitung sebesar 0,6.976 dengan nilai sig sebesar 0,012 Yang berarti signifikan sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. H1: Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap gaya berbusana Pevo Surabaya melalui sosial media Ho: Tidak Terdapat Pengaruh yang signifikan terhadap gaya berbusana Pevo Surabaya melalui sosial media. Serta uji F tabel diperoleh nilai F hitung sebesar 48,540 dengan nilai sig 0,000 hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Kemudian ada juga pada koefisien determinasi atau R square adalah sebesar 0,331 dan nilai R ini berasal dari pengkuadratan nilai kefisien korelasi yaitu  $576 \times 576 = 0,331$ .sisanya ditentukan oleh factor lain,tentunya pengaruh sosial media instagram ini berpengaruh signifikan terhadap gaya berbusana pevo Surabaya. Dan diikuti oleh Hasil corelation variabel X dan Y nilai yang diperoleh sebesar 0,576 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat juga antara variabel pengaruh penggunaan sosial media terhadap gaya busana atau pengaruh yang signifikan juga.

Berdasarkan hasil hitung dari regresi analisis linear sederhana dapat diketahui bahwa pengaruh sosial media instagram (X) terhadap gaya berbusana pevo Surabaya (Y) sebesar 0,576 yang berarti juga terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel pengaruh penggunaan sosial media terhadap gaya busana karena memang nilai X lebih besar dari Y. maka penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pengaruh media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap gaya berbusana pevo Surabaya.dan Uji Statistik juga digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi pengaruh dari variabel X dan Y adapun langkah langkah pengujian hipotesis sebagai berikut. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa penggunaan sosial media instagram berpengaruh signifikan terhadap gaya berbusana Pevo Surabaya .hal ini diketahui dari temuan perhitungan uji statistic,temuan ini juga memperlihatkan bahwa besarnya pengaruh sosial media sebesar 100%.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada Bab sebelumnya maka dapat diambil simpulan bahwa Hasil dari uji analisis data yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial media instagram berpengaruh signifikan terhadap bentuk eksistensi diri pada perubahan gaya busana pevo Surabaya. Pengaruh sosial media instagram terhadap gaya busana pevo Surabaya hal ini ditunjukkan pada tabel uji regresi linear sederhana sebesar 0,576 yang bisa dikategorikan tinggi hal ini dikarenakan pevita sendiri sangat aktif diinstagram dan fansnya pun berkumpul di sosial media tersebut

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian analisis data penulis dapat mengajukan rekomendasi atau saran beberapa hal sebagai berikut :

1. Untuk penggemar Pevo Surabaya disarankan jadilah fans yang mencontoh hal hal baik dari idolanya tidak masalah jika ingin mengikutiu gaya berpakaianya asal mengetahui batasan
2. Untuk peneliti selanjutnya : disarankan untuk lebih dilakukan studi komparatif antara kelas yang menerapkan metode *cooperative learning*, *student-centered learning* dan *case-based learning*, dan kelas

yang tidak menerapkan metode pembelajaran tersebut, sehingga efektivitas penerapan metode pembelajaran dapat lebih terdeteksi. Di samping itu untuk pengujian statistik perlu ditambahkan variabel kontrol. Dalam proses pembelajaran ini kasus belum optimal tereksplor karena keterbatasan akses mahasiswa

## References

1. Effendy, Onong Uchjana. (2013). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
2. Nurudin. 2013. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
3. Adhita Maharani Dewi. (2018). Pengaruh iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. Jurnal Ekonomi Universitas Kediri
4. Mondry. 2008. Teori dan praktik Jurnalistik. Bogor: Ghalia Indonesia.
5. Siti Fauji. (2018) Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap eksistensi Diri pada Siswa Siswi SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya
6. Reni Ferlitasari. (2018) Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja
7. Jogiyanto, 2015. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta : Andi
8. Singgih Nurgiyantoro. (2014) Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi World of Mouth Marketing
9. Sofia Miranda. (2017).Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau
10. Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
11. Hollows, Joanne. 2000. Feminisme Feminitas & Budaya Populer. Yogyakarta :Jalasutra.
12. Annisa azlina, Martha Tri Lestari, Dini Salmiyah Fithrah Ali. (2015). Pengaruh Aktifitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka)