

HUBUNGAN TAYANGAN *ILOOK* DI NET TV DENGAN PERILAKU IMITASI BERBUSANA REMAJA DI SMK NEGERI 1 SAMARINDA

RIZKA TSANA DWIE SAPUTRI¹

Abstrak

Rizka Tsana Dwie Saputri, NIM 1202055163, Hubungan Tayangan Ilook Di Net TV Dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja Di SMK Negeri 1 Samarinda. Dibawah bimbingan Drs. H. Abdullah Karim M.S selaku dosen pembimbing I dan Sabiruddin S.Sos.I. M.A selaku dosen pembimbing II, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya Hubungan antara Tayangan iLook Di Net TV Dengan Perilaku Imitasi Busana Remaja Di SMK Negeri 1 Samarinda.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Data yang diperoleh menggunakan kuesioner dengan skala likert. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 70 responden. Responden merupakan remaja siswa – siswi SMK Negeri 1 Samarinda dari jurusan Administrasi Perkantoran, Sekertaris dan Parawisata . Untuk teknik analisis data yang digunakan adalah Corelation Rank's Sperman.

Hasil penelitian yang didapatkan dengan menggunakan teknik analisis data Koefisien Korelasi Rank Spearman dan pengujian hipotesis menggunakan uji t. Dari perhitungan tersebut didapatkan bahwa korelasi yang diperoleh adalah nilai koefisien korelasi (r_s) sebesar 0,780. Untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel x dan variabel y , maka dilakukan pengujian terhadap koefisien korelasinya. Tingkat signifikan $\alpha = 5\%$. Dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%, Uji satu sisi. Dari hasil perhitungan diatas maka nilai t hitung = 10,37 sedangkan t tabel = 1,671 untuk jumlah responden 70 siswa diambil dari populasi sebesar 230 siswa, pada tingkat kepercayaan 95% dan alpha 5% dengan uji satu sisi, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, Ini berarti H_1 diterima yang artinya terdapat hubungan antara variabel X (Menonton Tayangan Ilook) dan variabel Y (Perilaku Imitasi).

Kata Kunci : Hubungan Tayangan Ilook, Perilaku Imitasi, Remaja

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email : rizkatsanadwiesaputri@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Fashion atau berbusana sudah merupakan kebutuhan yang penting bagi manusia sebagai penutup dan perlindungan tubuh dari segala macam gejala dan ancaman alam seperti cuaca dan ancaman dari manusia yang berniat buruk, dan busana juga sebagai unsur keindahan bagi penampilan seseorang. Di Indonesia *trend fashion* sudah berkembang gaya busana yang sedang *trend* di belahan dunia sudah bisa diterima disini. *Trend* busana memiliki sejumlah pilihan yang tersedia dalam pemilihan pakaian mereka. Apakah seharusnya seseorang memilih cara berpakaian untuk memakai busana yang dapat mencerminkan kepribadian atau lebih kepada kepentingan orang itu. Ketika orang-orang yang memiliki status budaya mulai mengenakan pakaian baru atau berbeda, orang-orang yang menyukai atau menghormati mereka menjadi dipengaruhi oleh gaya pribadi mereka, dan mulai memakai pakaian gaya yang serupa. Dalam hal ini *fashion* dapat bervariasi dalam suatu masyarakat menurut umur, kelas sosial, generasi, pekerjaan, serta dari waktu ke waktu.

Seharusnya *fashion* yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana seseorang tersebut memilih gaya hidup yang dilakukan. Seseorang yang sangat *fashionable*, secara tidak langsung menjadikan dirinya sebagai seseorang dengan gaya hidup modern dan selalu mengikuti tren yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia *modern*, gaya hidup membantu menentukan perilaku dan nilai-nilai serta menunjukkan status sosial. Mengenakan pakaian yang mengikuti trend terkini, bagi sebagian orang adalah hal yang cukup penting untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Bagi para remaja kenyataannya mengenai gaya berbusana mereka cukup diutamakan oleh sebab itu umumnya remaja selalu mengikuti trend *fashion* terbaru. Selain untuk penampilan, *fashion* remaja yang terbaru mengikuti perkembangan zaman memang salah satu strategi mereka yaitu para remaja agar selalu terlihat *fresh* dan juga menghilangkan kesan norak atau ketinggalan zaman. Remaja saat ini memang senang sekali tampil dengan berbagai macam gaya karena bagi sebagian remaja mencari perhatian untuk menunjukkan siapa dirinya dan bagaimana dirinya. Dan sepertinya banyak remaja yang merasa kurang menarik ketika tidak mengikuti gaya busana yang sedang trend.

Dalam persaingan industri pertelevisian semakin ketat setiap stasiun televisi berlomba-lomba memproduksi program televisi yang kreatif, misalnya seperti program *reality show*, *quiz*, *infotainment*, *talk show*, drama, *magazine show*, dan masih banyak program acara yang lainnya. Masyarakat kini semakin dimanjakan dengan beragam jenis acara televisi yang dapat mereka pilih. Salah satu yang menarik perhatian masyarakat dalam program televisi adalah sebuah acara *magazine show* program ini merupakan salah satu upaya televisi untuk menarik masyarakat khususnya remaja yang tidak suka membaca majalah sehingga mempermudah mereka untuk mendapatkan informasi dalam program yang sama seperti majalah.

Berdasarkan pengamatan penulis NET TV adalah salah satu stasiun televisi yang mempunyai program acara *magazine show*. NET TV (*News and*

Entertainment Television) adalah sebuah stasiun televisi di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. NET TV adalah Stasiun televisi yang ditujukan kepada keluarga dan pemirsa muda. NET memiliki slogan yaitu Televisi Masa Kini. NET memiliki Program *Magazine Show* yang diberi nama *iLook*, Program ini sendiri merupakan sebuah acara yang berhubungan dengan penampilan */style/fashion* dari ujung kaki hingga ujung kepala. Program ini juga akan memberikan tips *fashion* yang bermanfaat dan dapat menjadi acuan *fashion* bagi masyarakat Indonesia, khususnya para remaja.

Dari latar belakang di atas penulis memilih judul Hubungan Tayangan *iLook* di NET TV dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja Di Kota Samarinda. Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis memilih salah satu sekolah di Samarinda yaitu SMK Negeri 1 Samarinda untuk menjadi lokasi penelitian karena melalui tayangan *iLook* tersebut sebagian remaja di SMK Negeri 1 Samarinda memanfaatkan tayangan ini sebagai tren berbusana di lingkungan mereka. SMK Negeri 1 Samarinda adalah sekolah kejuruan yang pertama kali memiliki jurusan Usaha Perjalanan Wisata (Pariwisata), dan jurusan Akutansi, Administrasi Perkantoran yang dimana jurusan ini mengutamakan penampilan yang baik karena ketiga jurusan ini merupakan pada prakteknya berhadapan langsung dengan orang banyak membuat mereka harus mengerti akan berpenampilan menarik dan baik.

Dalam hal ini juga tayangan *iLook* merupakan acara televisi yang membahas mengenai gaya hidup, penampilan, *style/fashion* remaja masa kini, program ini cocok dengan para siswa yang masih remaja, biasanya mereka menggunakan televisi sebagai salah satu media informasi. Berdasarkan uraian di atas permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Apakah ada hubungan tayangan *iLook* dengan perilaku berbusana remaja yang berkembang saat ini, dan Tujuannya untuk mengetahui Hubungan Tayangan *iLook* Di Net TV dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja.

Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara Tayangan *iLook* Di NET TV Dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja di SMK Negeri 1 Samarinda?

Tujuan Penelitian

Bertujuan untuk mengetahui Hubungan antara Tayangan *iLook* Di Net TV Dengan Perilaku Imitasi Busana Remaja Di SMK Negeri 1 Samarinda

Manfaat Penelitian

- **Secara Teoretis** : Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi para penelitian lainnya jika ingin meneliti di bidang pertelevisian atau budaya pop (*pop culture*).
- **Secara Praktis** :
 1. Bagi masyarakat khususnya remaja diharapkan dapat menambah wawasan mereka akan perkembangan fashion melalui media atau televisi lewat program acara tersebut.

2. Bagi dunia pertelevisian penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran bagi para pelaku pertelevisian untuk terus dapat menghadirkan program acara yang berkualitas bagi masyarakat dan memberikan nilai positif kepada para penonton televisi.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori Imitasi

Menurut Miller dan Dolland dalam Sarwono 2004 : 22 adalah rangsangan yang menetapkan apakah suatu tingkah laku - balas akan diulang atau tidak dalam kesempatan lain. Selanjutnya Miller dan Dolland menyatakan bahwa ada 3 mekanisme tiruan yaitu:

- a. *Same Behavior* (Tingkah Laku Sama)

Tingkah laku sama terjadi dua orang bertingkah laku balas sama terhadap rangsang atau isyarat yang sama. Dua individu memberi respon masing – masing secara independen, tapi dalam cara yang sama terhadap stimuli lingkungan yang sama.

- b. *Matched Dependent Behavior* (Tingkah laku tergantung)

Tingkah laku tergantung timbul dalam hubungan antara 2 pihak dimana salah satu pihak adalah lebih pintar, lebih tua atau lebih mampu daripada pihak yang lain. Seorang individu belajar untuk menyamai tindakan orang lain (Model atau si pemimpin) karena amat sederhana, ia memperoleh ombal dari perilaku tiruan itu.

- c. *Copying* (Tingkah laku salinan)

Seperti halnya dengan tingkah laku tergantung, pada tingkah laku salinan, si peniru bertingkah laku atas dasar isyarat (berupa tingkah laku juga) yang diberikan oleh model. Tetapi berbeda dari pada tingkah laku tergantung dimana si peniru hanya bertingkah laku terhadap isyarat yang diberikan model pada saat itu saja, seseorang individu berusaha mencocokkan perilakunya sedekat mungkin dengan perilaku orang lain. Jadi ia haruslah mampu untuk memberi respon terhadap syarat atau tanda – tanda kesamaan atau perbedaan antara perilakunya sendiri dengan penampilan orang yang dijadikan model.

Bandura (1969) mengidentifikasi efek – efek yang ditimbulkan oleh exposure terhadap perilaku dan hasil perbuatan orang lain adalah *Inhibitory* dan *Disinhibitory Effect* :

Inhibitory merupakan efek yang menyebabkan orang lain yang menyaksikan perilaku tertentu menjadi malu atau menahan diri untuk melakukan atau mengulangi perbuatan yang dilihatnya.

Sedangkan *Disinhibitory effect* merupakan efek yang menyebabkan orang tidak malu atau mengulangi perbuatan yang dilihatnya.

- a. *Response facilitating effect* bahwa kesempatan untuk melihat kepada tindakan orang lain dapat berfungsi memudahkan penampilan ber macam – macam perilaku yang menurut biasanya tidak di larang.

- b. *Observational learning* bila seseorang yang melihat dikenai perilaku dari suatu model sosial, maka dapat terjadi efek *observational learning*. Dalam arti yang

lebih spesifik *observer* tadi dapat memperoleh bentuk perilaku baru semata – mata dengan melihat atau mengamati tindakan model tanda secara terbuka menunjukkan *response* di hadapan model yang ditirunya.

Teori S-O-R

Teori yang dianggap relevan untuk digunakan pada penelitian ini adalah Teori S-O-R (*S-O-R Theory*) dari Hovland. Teori ini sebagai singkatan dari *Stimulus- Organism- Response* ini semula berasal dari ilmu psikologi.

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam teori ini adalah :

- a) Pesan (*stimulus*, S)
- b) Komunikan (*Organism*, O)
- c) Efek (*Response*, R)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan.

Menurut teori S-O-R yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley. Proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar, dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel yang menunjang proses belajar yaitu: Perhatian, pengertian, dan penerimaan yang termasuk ke dalam organisme khalayak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1967) Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry (Ardianto,2007:3).

Definisi komunikasi massa menurut freidson dibedakan menjadi dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai indivisu atau sebagian kelompok dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat – alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat (Ardianto,2007:4).

Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) adalah sebagai berikut :

1. *Surveillance* (Pengawasan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan)

Media Massa

Pengertian Media Massa

Fokus kajian dalam komunikasi massa adalah media massa. “Media massa adalah institusi yang menyebarkan informasi berupa pesan berita, peristiwa atau produk budaya yang mempengaruhi atau merefleksikan suatu masyarakat.” (Bungin, 2008:258).

Menurut Cangara (1998:126), Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam mempelajari paradigma media massa berperan:

1. Sebagai institusi pencerahan masyarakat
2. Sebagai media informasi dan edukasi
3. Sebagai media hiburan

Terpaan Media

Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana orang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens. Terpaan media menurut (*Shore*, 1985:26) tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang itu benar - benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok.

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (*longevity*). Penggunaan jenis media meliputi media audio, media audiovisual, media cetak, dan lain sebagainya. (*Ardianto*, 2012:168)

Sedangkan menurut Rosengren (1974) penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

Televisi Dalam Media Massa

Televisi ibarat sebuah kotak ajaib yang tanpa kita sadari mampu menyihir banyak orang untuk bersedia duduk manis dan menghabiskan waktunya hanya untuk menatap acara yang sedang ditayangkan. Media televisi sebagai sarana tayang realitas sosial menjadi penting artinya bagi manusia untuk memantau diri manusia dalam kehidupan sosialnya. Pemantauan itu bisa dalam bentuk perilaku, mode bahkan sikap terhadap ideologitertentu. Alasan tersebut juga diperkuat karena informasi yang disampaikan melalui medium televisi, diterima dengan dua indera sekaligus secara simultan pada saat yang bersamaan. Kedua indera tersebut adalah indera pendengaran (audio) dan indera penglihatan (visual/video). (***Deddy Iskandar Muda, 2008:27***).

Perilaku Imitasi

Perilaku manusia merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, Sikap dan tindakan. Sebagian besar perilaku manusia berupa perilaku yang dibentuk, perilaku yang dipelajari. Dimana setiap individu akan mengimitasi atau yang sering disebut dengan meniru perilaku individu yang lain dan sebaliknya.

Perilaku imitasi merupakan perilaku yang tidak langsung terjadi secara otomatis melainkan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses. Dengan demikian proses perilaku imitasi yang terjadi dalam diri individu adalah segala macam kegiatan yang ditiru atau dicontohkan oleh orang yang melihatnya.

Busana Remaja

Sebagai masa mencari jati diri para remaja tentu menginginkan semua bentuk perhatian atau pengakuan akan keberadaan mereka. Maka hadirnya televisi dengan program programnya mampu memberikan informasi kepada remaja dengan salah satunya mengenai trend berbusana. Masa remaja masa dimana mereka ingin tau dan mencoba segala hal baru yang ditampilkan oleh televisi salah satunya informasi mengenai trend berbusana. Dengan adanya informasi mengenai trend berbusana membuat para remaja tertarik dan memiliki keinginan untuk mencari tau dan mencoba trend busana yang ditampilkan.

Tayangan Ilook Di NET TV

NET memiliki program magazine show salah satu programnya adalah iLook merupakan program yang membahas berbagai pernak – pernik yang berhubungan dengan penampilan/style/fashion, dari ujung kaki hingga ujung kepala. Program ini juga akan memberikan tips fashion yang bermanfaat dan dapat menjadi acuan fashion bagi masyarakat Indonesia. Tayangan program iLook di Net TV mempunyai nilai yang bisa dimanfaatkan oleh para penontonnya sebagai tambahan ilmu tentang style/fashion yang sedang ramai dibicarakan dikalangan pecinta fashion dan memberikan tips kepada penonton tentang style/fashion yang cocok dengan mereka serta memberikan kreasi tips penonton untuk mampu membuat pernak – pernik sendiri dengan selera dan style mereka sendiri.

Hipotesis

Berdasarkan pada pokok pikiran yang telah diuraikan diatas dan teori teori yang ada, maka peneliti mengemukakan hipotesis dalam penelitian ini, yakni:

$H_0 = \rho = 0$: Tidak adanya Hubungan Tayangan iLook Di Net TV dengan perilaku imitasi berbusana remaja di Kota Samarinda

$H_1 = \rho \neq 0$: Adanya Hubungan Tayangan iLook Di Net TV dengan perilaku imitasi berbusana remaja di Kota Samarinda

Definisi Konsepsional

Berdasarkan uraian diatas dengan topik, Hubungan Tayangan *Ilook* Di Net TV Dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja Di SMK Negeri 1 Samarinda. Penulis memberikan definisi konsepsional hubungan antara perilaku berbusana yang terjadi pada remaja siswa SMK Negeri 1 Samarinda dengan aktivitas menonton tayangan *ilook* di NET TV dapat diartikan bahwa terdapat perilaku yang dihasilkan setelah menonton tayangan *ilook* di NET TV perilaku tersebut adalah perilaku imitasi yang mencontoh atau mengikuti gaya berbusana yang ditampilkan oleh tayangan *ilook* tersebut. Disamping itu, busana pun akan menunjukkan tingkatan budaya masyarakat yang pada umumnya suatu ekspresi atau ungkapan pribadi yang tidak selalu sama setiap orang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian analisis kuantitatif, yaitu penelitian yang berupa angka-angka atau data-data yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode penelitian survey eksplanatif yaitu periset ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel yang akan diteliti. (Kriyantono, 2006 : 60).

Definisi Operasional

Definisi operasional berfungsi sebagai alat untuk menemukan indikator suatu variabel yang bisa di ukur sebagai jembatan untuk mencari jawaban guna membuktikan kebenaran dari hipotesis yang di kemukakan (Sugiyono, 2007).

Variabel X (Variabel Idenpenden)

1. Menonton Tayangan *Ilook*

- a. Durasi, Seberapa lama responden atau remaja di SMK Negeri 1 menonton tayangan *iLook* di Net TV.
- b. Frekuensi, Seberapa seringkah responden atau remaja di SMK Negeri 1 Samarinda yang menonton tayangan *iLook* di Net TV.
- c. Intensitas, Tingkat pemahaman responden atau remaja di SMK Negeri 1 Samarinda pada saat mereka menonton tayangan *iLook* di Net TV

Variabel Y (Variabel Dependen)

2. Perilaku Imitasi

- a. Peniruan langsung, Meliputi peniruan gaya busana yang ditunjukkan pada tayangan ilook kemudian diaplikasikan pada kehidupan sehari – hari.
- b. Peniruan tak langsung, Meliputi peniruan gaya busana yang ditunjukkan pada tayangan ilook namun tidak diaplikasikan pada kehidupan sehari – hari.
- c. Peniruan gabungan, Meliputi peniruan model gaya busana yang ditunjukkan pada tayangan ilook dan memberikan referensi busana yang sedang tren.
- d. Peniruan sesaat / seketika, Meliputi peniruan gaya busana yang ditunjukkan pada tayangan ilook yang hanya diaplikasikan sesuai dengan situasi tertentu.
- e. Peniruan kelanjutan, Meliputi peniruan gaya busana yang ditunjukkan pada tayangan ilook setiap minggunya yang dapat diterapkan pada situasi apapun.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di SMK Negeri 1 Samarinda. Jalan Pahlawan No.4 Kelurahan Dadi Mulya Kecamatan Samarinda Ulu Kota Samarinda.

Populasi, sampel dan Teknik sampling

Populasi di dalam penelitian ini adalah siswa/i kelas 10 SMK Negeri 1 Samarinda yang berjumlah 415 orang. dan pada objek penelitian yaitu siswa/i kelas 10 SMK Negeri 1 Samarinda dengan mengambil 3 jurusan yang berjumlah 230 orang. Dengan menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel sehingga diperoleh sebanyak 70 orang. Peneliti menggunakan teknik sampling random sederhana. Pada penelitian ini penulis menetapkan tingkat kepercayaan 95% dengan alpha 5%.

Teknik Pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data Primer

Peneliti menggunakan metode penelitian lapangan (*Field Work Research*) untuk mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan, yaitu dengan beberapa cara sebagai berikut :

- a. Kuesioner (Angket)
- b. Dokumentasi

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder bagi peneliti adalah sumber buku diantaranya yakni buku mengenai komunikasi massa dengan judul “Komunikasi Massa Suatu Pengantar” Elvinaro Ardianto serta buku yang membahas mengenai perilaku yakni Psikologi Komunikasi milik Jalaluddin Rakhmat dan Psikologi Sosial milik Bimo Walgito dan Dr.W.A. Gerungan Dipl , Sumber dari skripsi berjudul “Korelasi Antara Intensitas Menonton Drama Korea Dengan Perilaku Imitasi Pada Pelajar SMK Kesatuan 1 Samarinda, Serta sumber dari situs internet “<http://www.netmedia.co.id/about>” situs tersebut merupakan situs asli milik NET yang membahas mengenai Net. Televisi masa kini dan “http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR._PEND._KESEJAHTERAAN_KELUARGA/194608291975012-ARIFAH/Modul_Dasar_Busana.pdf” situs ini membahas mengenai busana.

Alat Pengukuran Data

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan peneliti adalah kuesioner dengan model penskalaan Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan kriteria sistem skor.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data peneliti menggunakan rumus korelasi *rank order spearman's rho rank order correlations* adalah dimana jika tidak terjadi data kembar maka akan digunakan rumus I :

Rumus I :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{N(N^2 - 1)}$$

Jika terdapat data kembar maka akan digunakan rumus koefisien korelasi spearman sebagai mana yang dikatakan Sidney Siegel (2011: 256) dengan rumus II sebagai berikut :

Rumus II :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d_i^2}{2\sqrt{\sum x^2 + \sum y^2}}$$

$$\sum x^2 = \frac{N^3 - N}{12} - T_x$$

$$\sum y^2 = \frac{N^3 - N}{12} - T_y$$

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Sedangkan untuk pengujian signifikan suatu (r_s), yang kita hasilkan dapat diuji dengan uji t sebagai berikut :

Uji Signifikan :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N - 2}{1 - r_s^2}}$$

(Sidney Siegel 2011)

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel x dan variabel y dengan menerima H_1 dan menolak H_0 pada tingkat kepercayaan sebesar 5%
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ Artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel x dan variabel y dengan menerima H_0 dan menolak H_1 pada tingkat kepercayaan sebesar 5%

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hubungan Tayangan iLook

Dalam sub bab ini berupa data yang telah terkumpul dari jawaban responden yang menjelaskan hasil penelitian “ Hubungan Tayangan *Ilook* Di Net Tv Dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja Di Smk Negeri 1 Samarinda” berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang sebarakan memperoleh data sebagai berikut, adapun uraiannya terdiri dari :

- Data Responden
- Data Penelitian Variabel X (Menonton Tayangan *Ilook*)
- Data Penelitian Variabel Y (Perilaku Imitasi)

Dari perhitungan tersebut didapatkan bahwa korelasi yang diperoleh adalah nilai koefisien korelasi (r_s) sebesar 0,780. untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel x dan variabel y, maka dilakukan oengujian terhadap koefisien korelasinya. Tingkat signifikan $\alpha = 5\%$.

Dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%, Uji satu sisi. Dari hasil perhitungan diatas maka nilai t hitung = 10,37 sedangkan t tabel = 1,671 untuk jumlah responden 70 siswa diambil dari populasi sebesar 230 siswa, pada tingkat kepercayaan 95% dan alpha 5% dengan uji satu sisi, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, Ini berarti H_1 diterima yang artinya terdapat hubungan antara variabel X (Menonton Tayangan *Ilook*) dan variabel Y (Perilaku Imitasi).

Pembahasan

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam teori ini adalah Pesan terdapat dialog – dialog dan perubahan perilaku yang

diperlihatkan oleh host dan model – model tersebut sebagai penguat cerita dari indra pendengaran dan penglihatan, Hingga muncul stimulus atau pesan yang ingin disampaikan dari tayangan *ilook* tersebut. Dari stimulus yang diterima pada remaja yang menonton tayangan *ilook* tersebut akan diproses oleh organisme yaitu adanya sesuatu yang menarik perhatian yang diterima saat menonton tayangan *ilook* seperti yang terlihat pada remaja di SMK Negeri 1 Samarinda.

Sesuai dengan teori SOR (*Stimulus Organisme Response*) yang digunakan oleh peneliti sebagai pisau analisis, dimana media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Jika dikaitkan dengan teori SOR dimana stimulus atau pesan yang disampaikan yaitu tayangan *ilook* di net tv. pesan dalam tayangan *ilook* ini bisa saja diterima atau ditolak, kemudian dicerna oleh komunikan dalam hal ini adalah remaja atau siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda, melalui perhatian, pengertian dan penerimaan. Jika stimulus tersebut diterima oleh organisme berarti adanya komunikasi dan perhatian dan organisme, dalam hal ini stimulus yakni pesan yang disampaikan dalam tayangan *ilook* di net tv tentang gaya berbusana sungguh efektif dan akan menimbulkan reaksi. Dalam kaitannya dengan responden remaja atau siswa siswi smk negeri 1 samarinda. Teori SOR mampu melihat bagaimana tayangan *ilook* tersebut dapat mempengaruhi pemahaman, pengetahuan responden yang menontonnya melalui pesan yang disajikan dalam tayangan *ilook* di net tv tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada 70 orang siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda sebagai responden yang berkaitan dengan menonton tayangan *ilook* 70 orang siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda menerima dan mengolah semua isi pesan yang disajikan oleh tayangan *ilook* dengan baik terlihat dari jawaban mereka yang mencerna pesan dari tayangan *ilook* tersebut dan mendapatkan pemahaman serta pengetahuan baru tentang bagaimana berbusana yang baik dan menarik serta bagaimana cara memadupadankan pakaian agar terlihat rapi dan sesuai dengan tampilan serta postur tubuh mereka, NET TV sebagai media yang menayangkan program *magazine show* yakni tayangan *ilook* sudah selayaknya menjadi media massa yang objektif dan membuat informasi dan menghadirkan berbagai tema fashion yang layak dan pantas untuk ditampilkan bagi masyarakat khususnya remaja saat ini begitu juga yang dirasakan oleh siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda dengan adanya tayangan *ilook* di net tv yang banyak memberikan informasi dan pemahaman tentang gaya berbusana fashion yang sedang tren hingga cara memadupadankan pakaian yang membuat kepercayaan diri mereka meningkat dengan apa yang dikenakan.

Jadi berdasarkan dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya tayangan *ilook* di NET TV bagi remaja yaitu siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda sangat berpengaruh untuk mereka dengan tayangan *ilook* di net tv remaja yakni siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda menerima informasi dari tayangan *ilook* tersebut untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan baru yang menyangkut dengan fashion atau gaya berbusana untuk kehidupan sehari – hari serta meningkatkan kepercayaan diri mereka.

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang dilakukan peneliti di SMK Negeri 1 Samarinda, Peneliti melihat dan mengamati bahwa siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda ini secara tidak langsung melakukan hal yang serupa dengan menirukan gaya berbusana yang ditampilkan oleh tayangan *ilook*, mengikuti tema fashion yang ditampilkan atau diperlihatkan oleh tayangan *ilook* tersebut di kegiatan sehari – hari.

Dari hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya dapat diketahui bahwa remaja siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda menguasai, memahami dan menyukai model – model pakaian atau busana serta tema dan tips berbusana yang ditampilkan oleh tayangan *ilook* di NET TV dan bahkan mereka pun terbantu akan cara bagaimana memakai pakaian atau gaya busana yang tepat di kegiatan sehari – harinya.

Dalam hal ini televisi yang menjadi media dalam menyajikan tayangan *magazine show* melalui stasiun televisi NET TV menampilkan tayangan tentang fashion di setiap minggunya mempunyai kaitan yang cukup besar bagi pemirsa dan penikmatnya. Hal itu terlihat dari perilaku yang ditunjukkan remaja – remaja tersebut yakni berperilaku meniru, dengan memakai pakaian yang ditampilkan, mengaplikasikan tema fashion dari tayangan *ilook* tersebut di kegiatan sehari – harinya. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang menunjukkan hubungan yang kuat dan signifikan antara kedua variabel yaitu tayangan *ilook* di NET TV dengan Perilaku Imitasi berbusana remaja di SMK Negeri 1 Samarinda.

Menurut teori SOR pada variabel Perilaku imitasi ini. Bila dikaitkan dengan teori ini mampu melihat bagaimana stimulus atau pesan yang disampaikan adalah cara berpakaian yang ditunjukkan oleh tayangan *iLook* dan kemudian diterima oleh remaja yaitu siswa – siswi SMK Negeri 1 Samarinda, dimana remaja tersebut memiliki organisme yakni perhatian khusus terhadap cara berpakaian sehingga menimbulkan respon yakni perilaku imitasi.

Jadi berdasarkan dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya tayangan *ilook* di NET TV bagi remaja yaitu siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda sangat membantu mereka untuk mengetahui tentang busana, dengan tayangan *ilook* di net tv remaja yakni siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda menerima informasi dari tayangan *ilook* tersebut untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan baru yang menyangkut dengan fashion atau gaya berbusana untuk kehidupan sehari – hari serta meningkatkan kepercayaan diri mereka.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan Tayangan *I-Look* Di NET TV Dengan Perilaku Imitasi Berbusana Remaja Di SMK Negeri 1 Samarinda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa :

1. Dari 70 orang siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda bahwa adanya tayangan *ilook* di NET TV bagi remaja yaitu siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda sangat berpengaruh untuk mereka dengan tayangan *ilook* di net tv remaja yakni siswa siswi SMK Negeri 1 Samarinda menerima informasi dari tayangan *ilook*

tersebut untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan baru yang menyangkut dengan fashion atau gaya berbusana untuk kehidupan sehari – hari serta meningkatkan kepercayaan diri mereka.

2. Dari hasil r_s hitung sebesar 0,780 dalam koefisien korelasi menurut sugiyono masuk dalam kategori hubungan kuat. Tingkat signifikansi 0,05 dan df 70 pada uji satu arah adalah 1,671 , Karena nilai t hasil pengamatan lebih besar dari 1,671 maka dapat disimpulkan hubungan tayangan iLook di NET TV dengan perilaku imitasi berbusana remaja di SMK Negeri 1 Samarinda adalah signifikan yaitu $t_{hitung} = 10,37 > t_{tabel} = 1,671$. Ini berarti H_1 diterima yang artinya terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan melihat hasil dari penelitian tersebut, Peneliti memberikan saran antara lain :

1. Dari 70 responden ditemukan bahwa remaja perempuan menjadi jumlah terbanyak yakni sebesar 86%. hal ini dikarenakan remaja perempuan lebih menyukai fashion yang dapat menunjang keindahan diri mereka. Program *iLook* merupakan program televisi yang membahas mengenai fashion dengan durasi 30 menit pada hari sabtu dan minggu mampu membuat remaja ini tertarik dan memberikan perhatian yang lebih untuk menonton tayangan tersebut.
2. Bagi tayangan *iLook* diharapkan untuk dapat meningkatkan *fashion – fashion* yang berkualitas namun tetap berpegangan pada tayangan yang menginspirasi pemirsa sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak penonton untuk menyaksikannya khususnya remaja, disarankan untuk menambahkan konten yang lebih banyak pada program tersebut agar dapat membuat tayangan menjadi lebih inspiratif dan menjadi acuan penonton dalam dunia fashion.
3. Sebaiknya program *iLook* menambahkan tema fashion untuk kaum pria yang lebih banyak lagi pada segmen “*How To Tips*”, Sehingga tidak hanya menampilkan tema fashion khusus wanita saja, dan kemudian tema fashion yang ditampilkan akan bervariasi. Serta diharapkan pula bagi para remaja agar dapat mengambil hal positif dari tayangan yang ditonton, dan membuang hal negatif yang tidak perlu dan tidak untuk ditiru.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dkk, 2012. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Azwar, Saifuddin, 1995. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Cangara, Hafied, 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Persada Rajawali Pers, Jakarta.
- Dipl,Dr.W.A. Gerungan, 2004. *Psikologi Sosial*, PT Refik Aditama, Bandung
- Effendy, Onong Uchjana, 2001, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

- , 2003, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Hurlock, Elizabeth B, 2013, *Psikologi Perkembangan*. Penerbit Erlangga, Jakarta/ Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2009. *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Sarwono, W. Sarlito, 2004. *Teori-Teori Psikologi Sosial*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Siegel, Sidney, 2011, *Statistic Nonparamateik*, PT Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, CV Alfabeta, Bandung.
- Walgito, Bimo, 2003. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, CV Andi Offset, Yogyakarta.

Internet :

- Official Net , 2013. (<http://www.netmedia.co.id/about>) (Diakses 18 November 2015)
- Arifah, 2011, “Modul Dasar Busana” (http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR._PEND._KESEJAHTERAAN_KELUARGA/194608291975012-ARIFAH/Modul_Dasar_Busana.pdf) (Diakses 20 November 2015)
- Adi, Tri Nugroho. 2011, “Teori Yang Menjelaskan Peniruan Dari Media Massa” (<https://sinaukomunikasi.wordpress.com/2011/10/16/teori-yang-menjelaskan-peniruan-dari-media-massa/>) (Diakses 20 Desember 2015)
- Deni, Kurniawan. 2008, Forum Statistika , <http://ineddenni.wordpress.com> (diakses 26 November 2016)