

SKRIPSI

**MODEL POSTINGAN AMARILLYS_HIJAB DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP GAYA BUSANA HIJABERS
MAHASISWI FUAD**



OLEH :

**RAHMAWATI
18.3600.028**

**PROGAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022 M/ 1444 H

**MODEL POSTINGAN AMARILLYS_HIJAB DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP GAYA BUSANA HIJABERS
MAHASISWI FUAD**



OLEH :

**RAHMAWATI
18.3600.028**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) Pada Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin
Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022 M/ 1444 H

**MODEL POSTINGAN AMARILLYS_HIJAB DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP GAYA BUSANA HIJABERS
MAHASISWI FUAD**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai
gelar sarjana sosial (S.Sos)**

OLEH

**RAHMAWATI
18.3600.028**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022 M/ 1444 H

PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Model Postingan Amariyls _Hijab Di Media Sosial
Intagram Terhadap Gaya Busana Hijaber Mahasiswi
FUAD

Nama : Rahmawati
Nim : 18.3600.028
Prodi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah No. B-
1930/In.39.7/PP.00.9/08/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama

: Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (.....) 

Nip

: 198301162009121005

Pembimbing Pendamping

: Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. (.....) 

Nip

: 197612312009011047

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurhidam, M. Hum
NIP. 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Model Postingan Amariys _Hijab Di Media Sosial
Instagram Terhadap Gaya Busana Hijaber Mahasiswi
FUAD

Nama : Rahmawati
Nim : 18.3600.028
Prodi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah No. B-
1930/In.39.7/PP.00.9/08/2021

Tanggal Kelulusan : 2 Februari 2023

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (Ketua) 
Dr. Ramli, S.Ag., M.Sos.I. (Sekretaris) 
Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I. (Anggota) 
Nurhakki. S.Sos., M. Si. (Anggota) 

Mengetahui:


Dekan,
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dr. A. Nurhidam, M.Hum
NIP: 196412311992031045

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan karuniah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada orang tua tercinta Ibunda Rasining dan Ayahanda Arifin dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I dan Dr.Ramli, S.Ag.,M,Sos.I selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moral maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. sebagai “Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Bapak dan ibu dosen program studi Ketua Prodi Jurnalistik Islam Nahrul Hayat, M.I. Kom, Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos. yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
 4. Bapak dan Ibu dosen beserta admin Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang telah mengeluarkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama menempuh pendidikan di IAIN Parepare.
 5. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, yang telah memberikan izin peneliti dan datanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
 6. Para Mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Yang Bersedia Menjadi Informan Peneliti.
 7. Semua teman-teman seperjuangan Program Studi Jurnalistik Islam angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah memberi warna tersendiri kepada penulis selama berada di IAIN Parepare dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
 8. Kepada Risal Andika Rusman yang selalu membantu, mensupport dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
 9. Sahabat terbaik saya , Musdalifah, Nur Asiah dan Nurul khadijah yang selalu mendukung dan mendoakan saya.
 10. Teman ibu Sunuwati beserta keluarga besar “Pondok Green House” yang selalu mensupport saya dalam menyelesaikan penelitian saya.
 11. Teman-teman grup “Kalambeto” Hasmi mustari, Mardatillah, Khairunnisa Rahman, Ismi Sazkia Herman dan Jumria Tahir yang selalu mendukung.
- Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang

telah memberikan bantuan, baik moral maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga segala bantuan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah SWT. Penulis juga berharap semoga skripsi ini bernilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 17 Agustus 2022
Penulis



Rahmawati
NIM. 18.3600.028

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rahmawati
Nim : 18.3600.028
Tempat/ Tgl. Lahir : Karangas, 17 juni 2000
Program Study : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul : Model Postingan Amariys _Hijab Di Media Sosial
Instagram Terhadap Gaya Busana Hijaber Mahasiswi FUAD

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 17 Agustus 2022
Penyusun,



Rahmawati
NIM.18.3600.028

ABSTRAK

RAHMAWATI, Model Postingan Amariyls_Hijab Di Media Sosial Intagram Terhadap Gaya Busana Hijaber Mahasiswi FUAD. Skripsi Jurusan Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Dibimbing oleh Muhammad Qadaruddin dan Ramli.

Penelitian ini membahas tentang Model postingan Amaryllis_Hijab Di Media Sosial Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi FUAD. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana fitur instagram dalam postingan Amaryllis_Hijab terhadap mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN parepare serta Untuk mengetahui postingan amaryllis_hijab pada media sosial instagram mempengaruhi gaya busana muslim hijabers mahasiswi Fakultas Ushluddin Adab dan Dakwah IAIN parepare. Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara secara langsung dengan mahasiswi. Data yang diperoleh kemudian dikumpulkan lalu diolah dan dianalisis secara deskriptif.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan: :(1) Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa fitur yang digunakan dalam postingan @Amaryllis_Hijab yaitu *Follewers* ,unggahah foto,*Caption,hastag,stories*. (2) Berdasarkan pada hasil wawancara maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model postingan pada akun amarillys_hijab terdapat beberapa tingkatan pengguna yaitu sebagai referensi dalam berhijab, karena model, dan kebutuhan, dan jahitan yang rapi dan model hijab.

Kata Kunci: *Media Sosial, Gaya Busana.*

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGANTAR..... | ii |
| PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | viii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| BAB I | i |
| PENDAHULUAN | i |
| A. Latar Belakang | i |
| B. Rumusan Masalah | vii |
| C. Tujuan Penelitian | vii |
| D. Kegunaan Penelitian..... | vii |
| BAB II..... | 9 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| A. Tinjauan Penelitian Relevan | 9 |
| B. Tinjauan Teoritis | 11 |
| 1. Teori New media (Media Baru)..... | 11 |
| 2. Teori Efek Media | 15 |
| C. Tinjauan Konseptual..... | 17 |
| 1. Postingan (post)..... | 17 |
| 2. Amaryllis_Hijab | 18 |
| 3. Media Sosial | 18 |
| 4. Instagram | 22 |
| 5. Gaya Busana (<i>Fashion</i>) | 27 |

| | |
|---|----|
| 6. Hijabers | 29 |
| 7. Mahasiswi..... | 29 |
| D. Kerangka Pikir | 29 |
| BAB III | 32 |
| METODE PENELITIAN..... | 32 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 32 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 33 |
| 1. Lokasi Penelitian | 33 |
| 2. Waktu Penelitian | 33 |
| C. Fokus Penelitian..... | 33 |
| D. Sumber Data..... | 34 |
| E. Informan Peneliti..... | 34 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| 2. (Wawancara (<i>Interview</i>))..... | 37 |
| 3. Dokumentasi..... | 38 |
| G. Uji Keabsahan Data..... | 39 |
| 1. Perpanjangan Pengamatan..... | 39 |
| 2. Meningkatkan Ketekunan dalam penelitian | 40 |
| 3. Menggunakan Bahan Referensi yang cukup | 40 |
| 4. <i>Member Check</i> | 40 |
| H. Teknik Analisis Data..... | 41 |
| 1. Pengelompokan Data..... | 42 |
| 2. Penyajian Data..... | 42 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| A. Penggunaan Fitur <i>Instagram</i> Pada Postingan Amaryllis_Hijab..... | 43 |
| B. Model postingan amaryllis_hijab di media sosial instagram terhadap gaya busana hijabers mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Parepare..... | 54 |
| PENUTUP..... | 69 |

| | |
|------------------------|----|
| A. Kesimpulan | 69 |
| B. SARAN | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |
| LAMPIRAN | 74 |
| BIOGRAFI PENULIS | 91 |



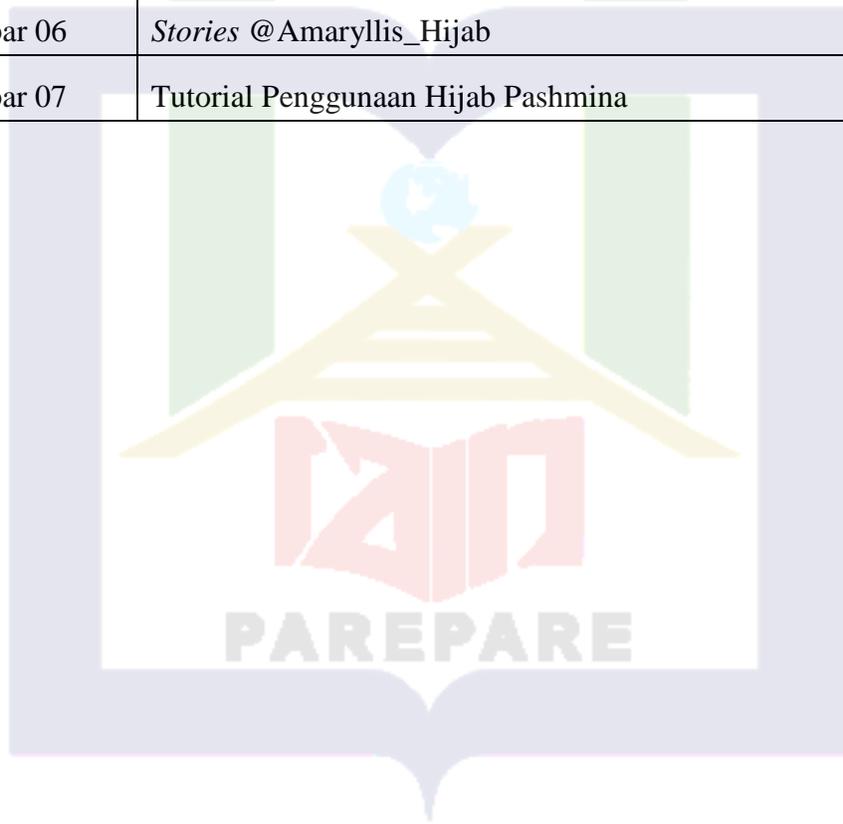
DAFTAR TABEL

| No. Tabel | Nama Tabel | Halaman |
|-----------|-------------------|---------|
| Tabel 01 | Informan Peneliti | 38 |



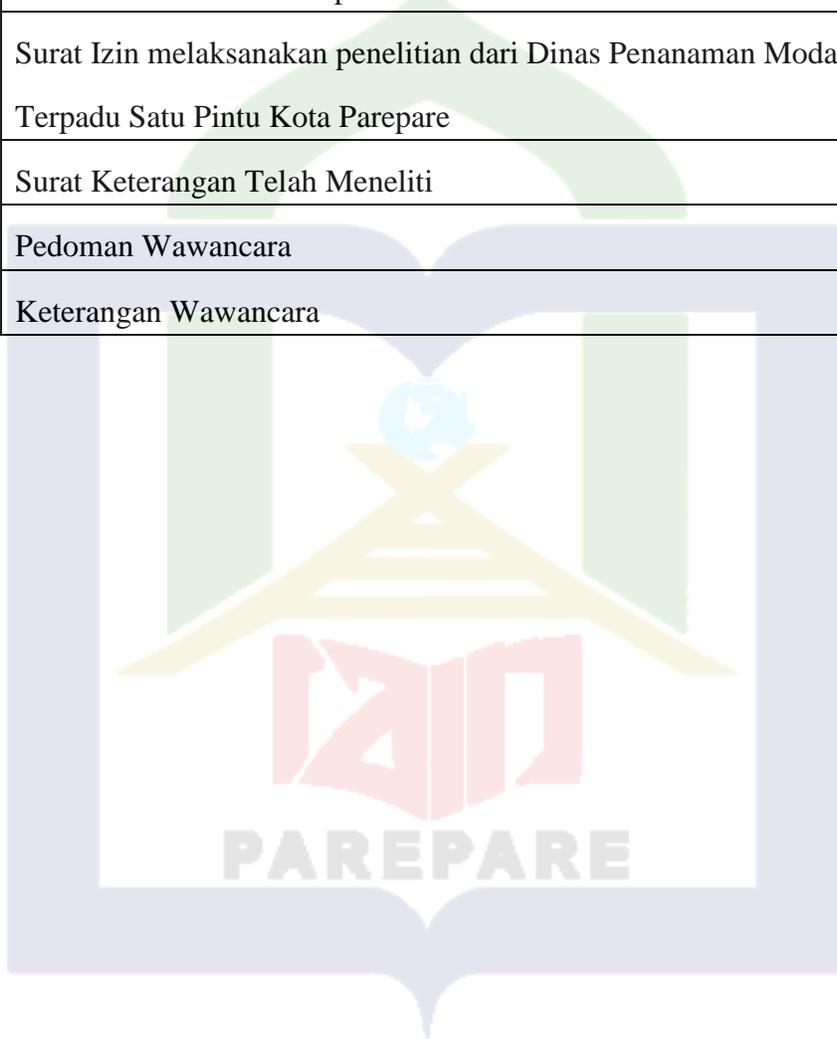
DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul Table | Halaman |
|------------|---|---------|
| Gambar 01 | Bagan Kerangka fikir | 33 |
| Gambar 02 | Tampilan akun instagram @Amaryllis_Hijab | 48 |
| Gambar 03 | Unggahan foto akun instagram @Amaryllis_Hijab | 49 |
| Gambar 04 | Contoh penggunaan Caption | 51 |
| Gambar 05 | Penggunaan Hastag | 52 |
| Gambar 06 | <i>Stories</i> @Amaryllis_Hijab | 54 |
| Gambar 07 | Tutorial Penggunaan Hijab Pashmina | 61 |



DAFTAR LAMPIRAN

| NO | Judul Lampiran |
|-----------|--|
| 1 | Dokumentasi dengan informan |
| 2 | Surat izin melaksanakan penelitian |
| 3 | Surat Izin melaksanakan penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare |
| 4 | Surat Keterangan Telah Meneliti |
| 5 | Pedoman Wawancara |
| 6 | Keterangan Wawancara |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi media massa saat ini meningkat drastis . Media memainkan peran penting dalam masyarakat modern karena mereka adalah bagian dari kehidupan sehari-hari. Masyarakat tidak lepas dari terpaan atau terpaan media massa setiap saat hampir di setiap aspek aktivitas individu, baik bertindak sendiri maupun sebagai kelompok melalui media seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet untuk berkomunikasi satu sama lain. Sebelum munculnya hiburan virtual, orang menggunakan web untuk belajar, melacak data, dan berbicara dengan teman mereka melalui email. Namun, cara internet digunakan dan cara kerjanya berubah ketika media sosial muncul.

Media sosial merupakan suatu media dimana dijadikan sebagai wadah untuk dapat berkomunikasi dengan khalayak, baik yang dikenal maupun yang tidak dikenal, seperti *Facebook*, *WhAtsApp*, dan *Instagram* .Media sosial digunakan untuk berbagai tujuan termasuk informasi, inspirasi dan periklan.

Masyarakat umum, khususnya mahasiswa dan masyarakat umum lainnya, saat ini banyak diminati oleh platform media sosial Instagram. Salah satu cara untuk menggambarkan Instagram adalah sebagai platform untuk berbagi. Platform media sosial ini memungkinkan pengguna berbagi berbagai media, antara lain seperti dokumen, video, audio, dan gambar. Instagram masih menjadi platform media sosial yang populer karena memudahkan pengguna mengunggah foto dan video pendek yang

bisa diberi caption. Instagram, pada dasarnya, adalah alat pemasaran. Klien atau pengiklan dapat menggunakan teks, juga dikenal sebagai garis bawah, untuk berbagi foto atau video bersama. Pengguna yang telah mengikuti akun Instagram dapat berkomentar langsung di bawah gambar atau video. Para pebisnis menggunakan Instagram sebagai sarana promosi karena banyaknya pengguna. Iklan ini dapat diakses oleh pengguna melalui mesin pencari dan mengikuti akun.¹

Saat ini, periklanan digital atau periklanan yang dilakukan melalui media sosial seperti instagram yang sekarang menjadi trend di era globalisasi ini. Penggunaan instagram sebagai sarana penjualan dan periklanan digital dikenal cepat dan mudah untuk dijangkau calon konsumen . Salah satu akun instagram para hijabers yang sedang populer saat ini oleh hijabers muda khususnya mahasiswi yaitu instagram Amaryllis_Hijab. Postingan selalu menampilkan foto wanita dengan gaya *fashion* hijabnya dan juga barang-barang yang biasa digunakan.

Instagram dengan cepat menjadi media pemasaran dan komunikasi, menjadikannya pilihan yang menarik untuk menjalankan bisnis online. Pemasar media sosial biasanya berfokus pada upaya mereka untuk membuat konten yang menarik minat konsumen dan mendorong mereka untuk terhubung dan berbagi informasi dengan situs jejaring media sosial².

¹“Skripsi Arum Aprilia Herwina berjudul “Pengaruh Akses Iklan di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Berpakaian Mahasiswa Fakultas Muslimah Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Iain Ponorogo Semester Genap 2016/2017”. Adab dan Dakwah, IAIN Ponorogo, Ushuluddin Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2017.

²Diah Lailatul Awallia,” Fakultas Syariah IAIN Ponegoro *Pengaruh Testimoni Dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa*”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponogoro, 2018).

Media sosial juga dapat berdampak pada tingkat kebutuhan siswa akan kehidupannya karena kemajuan teknologi yang pesat. Sebagai siswa, salah satu tanggung jawab Anda adalah belajar dan belajar. Siswa mengubah cara hidup mereka sebagai akibat dari perubahan lingkungan sosial mereka dan tatanan kehidupan mereka. Berbagai cara ditempuh mahasiswa untuk tetap eksis di iklim lapangan, mulai dari memilih cara merenung, memilih teman, cara memilih hiburan dan penampilan, hingga cara mereka mengutarakan pikiran dengan mencari data yang berhubungan dengan diri mereka. gaya hidup memanfaatkan hiburan virtual.

Siswa sudah menggunakan iptek dalam belajar, bekerja, berbelanja, dan berjualan. Saat ini, kebutuhan konsumen selalu mengarah pada gaya hidup yang ada. Peningkatan daya beli konsumen tidak dapat menghentikan evolusi kebutuhan gaya hidup konsumen.

Perguruan tinggi di Parepare, mahasiswa lebih cenderung melakukan keputusan pembelian yang sesuai dengan gaya hidup yang dimilikinya. Mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah memiliki tingkat konsumsi yang sangat tinggi, hal ini terlihat dari daya beli mereka terhadap sebuah fashion yang dianggap *fashionable*. Salah satu fashion yang cukup diminati yaitu online shop Amaryllis_hijab. Fashion saat ini adalah bisnis yang cukup besar dan menarik perhatian banyak orang. Salah satu bisnis yang cukup menarik perhatian orang banyak adalah fasion, baik itu di kalangan masyarakat maupun di kalangan mahasiswa, salah satunya adalah mahasiswa kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sebagaimana mahasiswinya diwajibkan untuk memakai jilbab.³ Hal inilah yang menjadi pemicu berkembangnya

³ Nurjannah, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswi Melakukan Pembelian Jilbab Secara Online (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan



Terjemahnya :

Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin :”hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, Karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah maha pengampun lagi Maha Penyayang.⁵

Diwajibkannya berhijab bagi wanita muslimah bertujuan untuk memisahkan mereka dari laki-laki non mahram jika terpaksa keluar rumah. Salah satu upaya untuk menjaga masyarakat secara keseluruhan adalah melindungi perempuan berhijab. Jilbab ini telah diamanatkan oleh Allah SWT melalui kitab-Nya dan Rasul-Nya. Di masa lalu dan di masa mendatang, Ummahatul Mukminin akan terus mengamalkan hal ini. Dari ujung rambut sampai ujung kaki, seluruh tubuh wanita adalah aurat. Akibatnya, dia harus menyembunyikan seluruh tubuhnya dari pandangan laki-laki.

Salah satu online shop yang cukup diminati oleh mahasiswi IAIN parepare adalah Amaryllis_hijab. Melalui penggunaannya Amaryllis_Hijab sangat aktif dalam memanfaatkan fitur instagram untuk melakukan promosi produk sebagai wadah untuk mengenalkan brand mereka. Amaryllis_Hijab memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia sebagai media utama untuk penyebaran informasi baik sebagai promosi maupun kegiatan yang sedang berlangsung. Adapun fitur fitur yang mereka manfaatkan, diantaranya adalah fitur likes, fitur insight, fitur direct message, fitur filter caption, fitur instagram stories, Fitur Posts, Fitur hashtag, fitur Upload Multiple content Story, fitur live instagram, fitur likes, fitur aerobba dan fitur ads. Melalui

⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Darus Sunnah, 2016).

perencanaan pesan yang dilakukan dengan menggunakan unsur visual berupa foto, video, dan gif dimana hal ini dapat mempermudah sekaligus menarik perhatian konsumen dibanding hanya sekedar tulisan saja.⁶

Postingan pada akun instagram Amaryllis_Hijab dijadikan sebuah buku yang dibuat khusus untuk wanita yang berisi dress code untuk muslim yang mendorong wanita untuk tampil chic dan modern gaya hijab dan model yang beragam. Dan dapat menambah wawasan atau informasi tentang fashion hijab yang *trend*, hijab dan sesuai dengan kondisi lingkungan sehingga memudahkan mahasiswi IAIN parepare dalam mengkreasikan hijab sehari-harinya.

Fashion hijab melalui media sosial instagram saat ini telah banyak merubah tatanan kerudung atau jilbab yang dahulu dipandang kuno menjadi sebuah fashion hijab yang modern dan *sylist* Melalui instagram para ikon Fashion hijab terlahir dan dapat mengembangkan kreatifitasnya dalam tatanan busana hijab yang modern. Hal ini membuat kesan hijab yang dahulu kuno menjadi sebuah fashion yang modern dan menarik.⁷ Globalisasi adalah salah satu faktor yang berkontribusi terhadap pesatnya evolusi pakaian muslim. Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi telah

⁶ “Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi hijab deenay” oleh Michelle Merdeka Putri Ferdian (Skripsi Sarjana: 2021 (Universitas Telkom Bandung, Fakultas Komunikasi dan Bisnis).

“Peran Media Online dalam Hijab Fashion Bagi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,” oleh Cut Dhien Nourwahida yang dimuat di Jurnal; Tahun 2018 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

⁷ Annisa Ainussalma (Skripsi S1 Fakultas Tarbiyah dan Keguruan) “Pengaruh Gaya Berbusana di Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berbusana Mahasiswa” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2020

menjadi ciri dari globalisasi. Teknologi telah memberikan dampak yang signifikan pada industri fashion, mengakibatkan peningkatan mode Indonesia. color full.⁸

B. Rumusan Masalah

Berikut ini adalah bagaimana penulis akan mengidentifikasi masalah berdasarkan latar belakang sebelumnya :

1. Bagaimana penggunaan fitur instagram pada postingan amaryllis_hijab ?
2. Bagaimana Model postingan amaryllis_hijab pada media sosial instagram terhadap gaya busana hijabers mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan peneliti maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan fitur instagram pada postingan Amaryllis_Hijab?
2. Untuk mengetahui bagaimana Model postingan amaryllis_hijab pada media sosial instagram Terhadap gaya busana muslim hijabers mahasiswa Fakultas Ushluddin Adab dan Dakwah IAIN parepare.

D. Kegunaan Penelitian

Berikut ini dapat dikatakan tentang nilai studi ini mengingat tujuan penelitian yang disebutkan sebelumnya :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi terkhusus dibidang jurnalistik yang berkaitan dengan pengaruh media sosial *instagram* terhadap fashion hijab para wanita.
2. Penelitian ini dapat menjadi tolok ukur untuk penelitian selanjutnya. mengenai peran postingan hijab dimedia sosial instagram terhadap gaya busana muslimah hijabers.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pertama, Safinatun Nisa Pengaruh Trend Hijab Instagram Tahun 2016 Terhadap Gaya Berbusana Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Peneliti juga mengamati bagaimana cara berpakaian mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam penelitian ini, yang menjelaskan bagaimana trend hijab di Instagram muncul. Mahasiswa muslimah diwajibkan berjilbab atau hijab sebagai mahasiswa yang namanya terdaftar sebagai mahasiswa di kampus Islam. Namun karena perubahan pola pikir, busana mahasiswa UIN Sunan Ampel kini semakin beragam. Perubahan ini dapat membawa hasil positif dan negatif. berupa fashion mahasiswi “menor” dan kegemaran tutorial hijab media sosial.⁹

Tren Hijab yang diamati di Instagram, dan perubahan gaya berpakaian mahasiswi dibahas dalam kedua penelitian sebelumnya, yang memiliki kesamaan. Sedangkan studi penulis dilakukan di Fakultas Usuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, sedangkan studi penulis dilakukan di UIN Sunan Ampel Surabaya. Terdapat pula perbedaan dalam penelitian

⁹ Safinatun Nisa “Pengaruh Trend Hijab Instagram Di Tahun 2016 Terhadap Gaya Berbusana Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya,” Skripsi Sarjana ;Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2016).

ini yaitu penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian penulis menggunakan metode penelitian kualitatif..

Kedua, Cut Dhien Nourwahida, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul Peran Media Online Untuk Fashion Hijab Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan IPS. Penelitian ini menjelaskan bagaimana mahasiswa IPS dipengaruhi oleh fashion oleh media online. Ada satu kesamaan dari kedua penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas peran media online dalam meningkatkan fashion hijab, mempermudah mahasiswi berhijab dalam kehidupan sehari-hari, dan menggunakan foto yang diunggah ke media online sebagai referensi. untuk siswa perempuan. Namun ada perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu menggunakan media online secara umum sedangkan penelitian penulis menggunakan satu media sosial yaitu media sosial instagram, dan perbedaan lainnya ialah penelitian terdahulu dilakukan disurabaya sedangkan penelitian penulis dilakukan di Fakultas ushuluddin adab dan dakwah.

Ketiga, Annisa Ainussalma, Program Studi Sosial Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul Pengaruh Gaya Berbusana di Instagram Terhadap Perubahan Gaya Busana Mahasiswa. Kajian ini menjelaskan bahwa mahasiswi semakin banyak mengalami perubahan gaya berbusana dengan adanya perubahan trend saat ini, Indonesia dengan mayoritas penduduknya yaitu muslim khususnya wanita sebagian besar memenuhi

kewajiban berjilbab dan berbusana sebagai seorang muslimah. Namun, pakaian yang mereka kenakan sangat berbeda dan berubah dari waktu ke waktu.¹⁰

Penelitian sebelumnya memiliki kesamaan yaitu sama-sama membahas teknologi- teknologi seperti instagram berpengaruh terhadap gaya busana mahasiswi. Namun dalam penelitian ini terdapat perbedaan yaitu peneliti sebelumnya menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti terdahulu menggunakan jenis penelitian kualitatif, dan perbedaan lainnya adalah tempat penelitian dimana peneliti terdahulu dilakukan di Kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta Sedangkan Peneliti Penulis Dilakukan Di Fakultas ushuluddin adab dan dakwah.

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori New media (Media Baru)

Gagasan McLuhan bahwa media baru sering memanfaatkan media lama sebagai isi juga dapat diterapkan pada Internet. Beberapa penelitian telah mendokumentasikan ke cenderung koran-koran online untuk mengemas kembali materi-materi dari koran-koran cetak. Tentunya, gagasan McLuhan tentang "desa global tampaknya semakin dekat pada realita dengan Internet. Berbagai pertanyaan menarik tentang seperti apa bentuk desa global ini dapat disinggung oleh para peneliti. Gagasan McLuhan tentang kematian atau penurunan cetakan juga merupakan gagasan provokatif. Dengan munculnya hypertext, kita tidak lagi terbatas pada model teks linea

¹⁰ Annisa Ainussalma “*Pengaruh Fashion Style Dalam Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswi*”(Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2020).

yang dikatakan oleh McLuhan sebagai fitur dasar buku dan bentuk cetakan yang lebih kuno lainnya.

McLuhan juga mencetuskan berbagai gagasan cerdas tentang perbedaan antara bentuk-bentuk media, Penelitian yang membandingkan media online dengan media tradisional dalam menyampaikan informasi, misalnya-mengikuti gagasan McLuhan. Sebuah penelitian menguji banyaknya yang dipelajari pemirsa baik dari kisah-kisah berita maupun iklan ketika mereka membaca halaman koran online dibandingkan halaman koran tradisional. Mereka tidak menemukan perbedaan pembelajaran dari artikel-artikel berita, tapi menemukan bahwa pemirsa belajar sedikit dari iklan pada halaman online daripada yang mereka pelajari dari iklan halaman cetak. Penulis berspekulasi bahwa pengguna Web mungkin terbiasa berpikir bahwa Web merupakan sumber informasi bebas dan dengan demikian kurang memperhatikan iklan pada webpage.¹¹ Diperoleh dari sebuah keyakinan kaum modernis dalam perkembangan sosial yang dibawa kecanggihan teknologi. McLuhan berpendapat mengenai new media, McLuhan menawarkan teori kepada dunia dalam upaya untuk memahami media baru dan mengapa pekerjaannya telah dilihat sebagai kebaruan yang penting dalam teknologi media.

Instagram termasuk salah satu media sosial yang merupakan bagian dari media baru (new media) atau lebih sering disebut sebagai media konvergensi. Dengan keberadaan media sosial sebagai media baru, maka dalam penelitian ini teori yang digunakan sebagai alat ukur dan pendukung adalah teori New Media (Media Baru). Peneliti menganggap teori ini relevan dengan keberadaan media sosial yang merupakan

¹¹ Werner J. Severin, teori komunikasi, (PT Dian Rakyat, Jakarta 2009) h 458

pendatang baru dalam ranah media.¹² Alasan penulis menggunakan teori tersebut ialah karena penulis menganggap bahwa Instagram termasuk salah satu media sosial yang merupakan bagian dari media baru. Dimana media baru (new media) merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media khususnya media sosial.

New media muncul dari inovasi-inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang, apa yang disebut media lama seperti televisi, film, majalah, buku, bukan serta merta mati begitu saja melainkan berproses dan beradaptasi dalam media baru. Dalam fungsinya, new media mencakup semua fungsi komunikasi massa, dengan fungsi utamanya sebagai surveillance, yaitu memberikan informasi kepada khalayak. Khalayak media massa sendiri memiliki sifat dan karakteristik, yakni khalayak massa terdiri dari jumlah yang besar, ada di berbagai tempat, tidak interaktif kecuali dengan bantuan komunikasi telepon, terdiri dari lapisan masyarakat yang sangat heterogen, tidak terorganisir dan bergerak sendiri. data, text, sound, and image of all kinds are stored in digital format and are increasingly distributed through network”yang artinya new media ditekankan pada forms dan format isi media yang dikombinasikan dan kesatuan baik teks, suara gambar dan sebagainya dalam format digital kemudian

ditambahkan pada system penyebarannya yaitu melalui jaringan internet. Dilansir dari laman kompasiana.com

Adapun karakteristik new media menurut Martin Liester adalah :

¹² Wiwit Nurhaida,”*Pengaruh Instagram Terhadap Gaya Busana Hijab di Kalangan Remaja*”,(Skripsi Sarjana; Program Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta 12240).

1. merupakan bentuk pengalaman baru dalam teks, hiburan dan kesenangan dan pola konsumsi media.
2. Merupakan cara baru dalam mempresentasikan dunia seperti dalam halnya interaktif media.
3. Merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan konsumen dengan teknologi media.
4. Merupakan bentuk pengalaman baru dari identitas diri maupun komunitas dalam berinteraksi baik dalam waktu ruang dan tempat.
5. Merupakan bentuk konsep baru dari hubungan manusia secara biologis dengan teknologi media.
6. Merupakan pola baru dalam organisasi dan produksi, sebuah integrasi dalam media seperti budaya, industri, ekonomi, akses informasi, kepemilikan, kontrol dan undang-undang¹³.

Dengan karakteristik serta fungsi di atas New Media atau media baru turut memberikan pengaruh di berbagai bidang diantaranya individu, seorang individu akan memiliki identitas sendiri di dalam internet seperti di dalam akun sebuah media sosial. New Media juga menunjang perkembangan ekonomi dalam bentuk e-commerce atau komersial elektronik disebut juga toko online.¹⁴ Perubahan social cultural, dalam

¹³ Wiwit Nurhaida, "Pengaruh Instagram Terhadap Gaya Busana Hijab di Kalangan Remaja", (Skripsi Sarjana; Program Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta 12240).

¹⁴ Mochamad Rochmanur Romadhoni, "Kepuasan Followers Dalam Mengakses Akun Instagram Kuliiner @Kokobuncit" (Skripsi Sarjana: Ilmu Komunikasi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya 2020).

sistem komunikasi dan interaksi satu sama lain baik komunikasi interpersonal hingga komunikasi dalam New Media, semuanya bergabung dalam satu wadah yaitu internet.

2. Teori Efek Media

The Hierarchy of Effects, atau teori efek media. Seperti yang ditunjukkan oleh Robert J Lavidge dan Gary A Steiner, model dampak sistem Progresif ini dibuat untuk menunjukkan interaksi, atau langkah-langkah, yang menyebabkan sponsor mengharapkan pelanggan melalui sistem pembelian dengan lebih jelas. Menurut Robert J. Lavidge dan Gary A. Steiner, langkah-langkah tersebut harus diselesaikan secara linier. Dari melihat iklan hingga melakukan pembelian, konsumen selalu mengikuti alur proses yang sangat terorganisir dengan baik, menurut model efek hirarkis.

Pengenalan produk adalah langkah pertama dalam pengambilan keputusan konsumen mengenai pembelian dan konsumsi merek atau produk tertentu. Langkah selanjutnya adalah dilanjutkan dengan pemahaman yang diikuti dengan tingkat preferensi dan rating yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk lainnya. Pelanggan akhirnya membuat pilihan untuk mencoba merek tersebut. Menurut model ini, proses selalu berlangsung secara berurutan dan selalu diawali dengan proses pengenalan. Tiga area membentuk tahap respons model Hierarchy of Effect.

Area kognitif (Cognitive Area) adalah yang pertama. Inilah titik di mana pelanggan baru menyadari keberadaan suatu produk dan mulai mengenali dan memahami tujuannya. Pengetahuan dan kesadaran termasuk dalam bidang ini. Ketika pasar sasaran tidak terbiasa dengan suatu produk, kesadaran muncul. Perusahaan harus melakukan promosi untuk memastikan bahwa pasar sasaran mengetahui keberadaan

produk. Menyampaikan berita tentang produk baru sangatlah penting. Pengetahuan pelanggan disebut sebagai pengetahuan. Ada kemungkinan konsumen tidak mengetahui banyak tentang produk tersebut, tetapi target pasar mengetahui produk tersebut. Akibatnya, bisnis perlu menjalankan promosi yang lebih mendalam agar lebih terhubung dengan pelanggan tentang produknya. Pada tahap kognitif ada tiga hal yang harus dilakukan untuk mendapatkan perhatian konsumen karena kemampuan konsumen dalam mengolah informasi tergantung pada motivasi dan kemampuannya dalam menganalisis informasi. Pertama, fokus pada informasi penting yang perlu diketahui pelanggan, seperti manfaat atau fitur utama produk. Kedua, desain iklan yang sesuai dengan kemampuan dan kapasitas segmen konsumen yang dituju untuk menyerap informasi. Ketiga, jangkar yang secara pribadi dapat melibatkan pelanggan dengan konten iklan adalah bagian penting dari keterlibatan yang memotivasi.

Area Afektif adalah area kedua. Bagian ini mencakup titik dimana konsumen mulai menyukai dan mempercayai produk yang mereka sukai dan mengkonsumsinya. Preferensi, pilihan, dan keyakinan adalah bagian dari domain afektif ini. Suka adalah yang pertama. Bagaimana produk akan diterima oleh pasar sasaran jika mereka sudah mengetahuinya? Apakah mereka tertarik dengan produk tersebut atau tidak? Target pasar adalah tahap 3 jika mereka menikmati dan tertarik dengan produk tersebut. Pilihan (preferensi) berada di urutan kedua. Pelanggan membutuhkan preferensi terhadap produk agar dapat menempatkannya pada posisi penting dibandingkan dengan produk lain jika sasaran menyukai produk tersebut tetapi tidak menempatkannya pada posisi utama dan tetap membandingkannya dengan produk lain. Ketiga adalah keyakinan (Conviction). Andai saja target pasar telah memilih produk dengan keyakinan kuat dan menempatkannya pada posisi yang menonjol. Biasanya, jika

pembeli memastikan barangnya dan puas dengan barangnya, maka perusahaan akan memberikan promosi gratis melalui korespondensi pertukaran verbal oleh pembeli.

Area tindakan, atau Area Perilaku, adalah area ketiga. Konsumen akan mulai melakukan pembelian di area ini, yang merupakan tahap akhir konsumen. Tahap akhir prosesnya adalah yang ini. Pada akhirnya konsumen tertarik untuk memilih dan membeli produk pada waktu yang tepat karena mereka sudah mengetahui tentang produk tersebut dan mengetahuinya¹⁵. Iklan berbasis konten Instagram membangkitkan minat konsumen untuk mempelajari lebih lanjut tentang produk dan mempertimbangkannya sebagai pilihan. Dalam contoh ini, Amaryllis_Hijab, teori media efek ini menjelaskan bagaimana bisnis menggunakan pemasaran informasi untuk mendidik pelanggan dengan lebih baik tentang produk mereka.

C. Tinjauan Konseptual

1. Postingan (*post*)

*Posting adalah istilah yang mengacu pada gambar atau foto yang diunggah oleh IGers. Dalam bahasa Indonesia, surat berarti pengiriman dalam bentuk gambar atau video, caption, geotag, serta user tags.*¹⁶

¹⁵ Ronaldo Ranchman Jonni, “Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffe Roaster Yogyakarta”(Jurnal: Universitas Islam Indonesia,Sleman Yogyakarta) Vol 1, No 2

¹⁶<https://studioantelope-com.cdn.ampproject.org/v/s/studioantelope.com/istilah-dalam-instagram>. Diakses tanggal 24 /06/22

2. Amaryllis_Hijab

Amaryllis_hijab merupakan toko hijab yang beralamat di jl. Jendral sudirman, sumpang, minangae, kec, bacukiki barat, kota parepare, sulawesi selatan.¹⁷

3. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media online, di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu tidak lagi menjadi masalah, kita dapat mengekspresikan diri dengan lebih mudah, penyebaran informasi dapat terjadi dengan cepat, biaya yang dikeluarkan inferior. Sementara itu, dampak negatif dari media sosial membuat orang menjauh dan sebaliknya, mengurangi interaksi tatap muka, membuat orang kecanduan internet, menyebabkan konflik, pelanggaran privasi, dan kerentanan terhadap pengaruh buruk dari orang lain. Keberadaan media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial di masyarakat. Perubahan hubungan sosial, atau sebagai perubahan keseimbangan (balance) hubungan sosial, dan segala bentuk perubahan pranata sosial dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk nilai, sikap dan pola tingkah laku antar kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial yang positif seperti kemudahan menerima dan menyampaikan informasi, realisasi manfaat sosial dan ekonomi. Sementara itu, perubahan sosial cenderung bersifat negatif, seperti

¹⁷ <https://idalamat.com/alamat/332865/amaryllis-hijab-parepare-sulawesi-selatan>. Diakses tanggal 24/06/22

munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku, dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma yang ada.¹⁸

Media sosial adalah alat untuk berbagi informasi satu sama lain atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan individu dan kolektif. Media sosial menyediakan ruang interaksi yang tak terbatas dan tak terbatas waktu. Orang dapat dengan mudah mengakses informasi terbaru berkat media sosial. Akses ke media sosial juga sangat mudah dilakukan oleh siapa saja. Kegiatan media sosial sebenarnya sudah cukup lama ada di Indonesia sendiri. Berawal dari situs chatting bernama Friendster, banyak orang yang mulai berpikir bahwa sangat penting untuk menunjukkan siapa diri mereka agar orang lain dapat mengenal mereka. Sejak itu, media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan ini.¹⁹

Shirky mengungkapkan bahwa media sosial adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, berkolaborasi antar pengguna, dan mengambil tindakan kolektif, semuanya di luar kerangka kelembagaan atau organisasi. Hal ini menjelaskan bagaimana keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan fungsi komputer. Ketiga bentuk sosial yaitu pengenalan, komunikasi dan kerjasama dapat dianalogikan dengan fungsi komputer yang juga membentuk sistem sebagaimana adanya sistem antar individu atau masyarakat. Bentuk-bentuk tersebut adalah lapisan-lapisan, dimana lapisan pertama menjadi dasar pembentukan lapisan-lapisan lainnya, pengenalan pada dasarnya menjadi dasar komunikasi, dan komunikasi menjadi dasar kerjasama. Di

¹⁸ <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>

¹⁹ Mochamad Rochmanur Romadhoni, "Kepuasan Followers Dalam Mengakses Akun Instagram Kuliiner @Kokobuncit" (Skripsi Sarjana: Ilmu Komunikasi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya 2020)

web, atau jaringan komputer (Internet), terdapat sistem hubungan antar pengguna yang beroperasi berdasarkan teknologi komputer yang saling terhubung.²⁰

Layanan berbasis web yang dikenal sebagai media sosial memungkinkan pengguna untuk membuat profil publik atau semi-publik dalam suatu sistem, menyusun daftar pengguna lain yang berbagi koneksi dengan mereka, dan mencari daftar koneksi mereka, serta daftar yang dibuat oleh orang lain di sistem. Koneksi ini dapat bervariasi dalam sifat dan penunjukan dari satu tempat ke tempat lain. Juga Danah M. Boyd dan Nicole B. Ellison mengatakan bahwa media sosial itu istimewa karena memungkinkan pengguna mengekspresikan diri dan membuat jejaring sosial mereka terlihat oleh orang lain. Orang-orang dapat terhubung tanpa batas yang berarti dan terintegrasi sebagai praktik sehari-hari berkat jejaring sosial, yang telah mendorong pembangunan dengan memfasilitasi penyebaran dukungan publik yang lebih luas dan lebih mudah. Banyak orang percaya bahwa jejaring sosial mendukung berbagai kepentingan, salah satunya adalah fakta bahwa banyak merek juga menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran.

Fitur profil media sosial ini berfungsi sebagai daftar tampilan tindakan yang dapat dilihat oleh pengguna platform lainnya. Seseorang berperan di dunia maya dalam fitur ini. Jawaban atas pertanyaan seperti usia, lokasi, minat, dan deskripsi akun media sosial seseorang digunakan untuk membuat profil ini.²¹

2. Manfaat Media Sosial

²⁰ Dr.Rulli Nasrullah,M.Si.*Media Sosial*,(PT Remaja Rosdakarya Bandung,2015)h11

²¹ Mochamad Rochmanur Romadhoni, "Kepuasan Followers Dalam Mengakses Akun Instagram Kuliiner @Kokobuncit"(Skripsi Sarjana: Ilmu Komunikasi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya 2020)

Saat ini, bisnis lebih memilih pendekatan praktis daripada promosi penjualan, salah satunya adalah media sosial. Gunelius mengatakan bahwa alasan paling umum orang menggunakan media sosial adalah sebagai berikut:

- a. Membangun koneksi: Kemampuan untuk secara aktif memupuk hubungan dengan pelanggan adalah keunggulan utama pemasaran media sosial.
- b. Menggunakan media sosial untuk membangun merek percakapan adalah cara terbaik untuk membangun loyalitas merek, meningkatkan pengenalan dan memori merek, dan mengangkat merek.
- c. Publisitas : pemasaran melalui media sosial, menawarkan kepada audiens diskon eksklusif dan kesempatan untuk merasa dihargai dan istimewa, dan mencapai tujuan jangka pendek.
- d. Analisis pasar: gunakan alat dari web sosial untuk mempelajari informasi tentang pelanggan, profil dan perilaku sosial-ekonomi pelanggan, keinginan dan kebutuhan pembeli dan pesaing.

Puntoadi menambahkan bahwa penggunaan media sosial memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Keuntungan menggunakan media sosial untuk membangun merek pribadi Anda adalah tidak mengambil trik atau popularitas palsu karena audienslah yang akan memutuskan. Orang dapat berkomunikasi, berdiskusi, dan bahkan mendapatkan popularitas di berbagai platform media sosial.

b. Anda dapat berinteraksi lebih dekat dengan pelanggan melalui media sosial. Metode komunikasi yang lebih individual disediakan oleh media sosial. Pemasar dapat mempelajari kebiasaan pelanggan mereka, berinteraksi dengan mereka secara pribadi, dan membentuk ikatan yang lebih dalam melalui media sosial.²²

Dari penjelasan di atas, sangat mungkin beralasan bahwa hiburan berbasis web adalah suatu cara untuk menyampaikan informasi baik antar manusia maupun kelompok berdasarkan pertemuan mereka, dan pemanfaatan hiburan virtual dapat bekerja dengan cara penyampaian yang paling umum. data ini dengan cara yang lebih cepat dan lebih pribadi.

4. Instagram

1. Pengertian instagram

Dalam bukunya, Atmoko mendeskripsikan Instagram sebagai " aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai layanan media sosial, termasuk Instagram. Itulah definisi Instagram tentang Atmoko. Instagram adalah platform media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan di media.²³

Salah satu aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah atau berbagi foto

²² Gunelius, Susan, 30 Minuts Sosial Media Marketing. (United States: Mcgraw Hills Companies, 2011) H.15

²³ Siti Arvanitha "Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar" (Skripsi Sarajana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019).

dan video hari mereka dalam sehari. Hiburan virtual Instagram telah menyatu dan menjadi bagian dari gaya hidup orang-orang, karena hampir setiap gerakan lokal dipuja dan disebarluaskan di Instagram.²⁴

Perilaku narsis yang lazim di masyarakat saat ini adalah satu-satunya faktor yang berkontribusi pada kesuksesan Instagram. Salah satu alasannya adalah fitur kamera smartphone semakin baik. Meskipun Instagram diluncurkan pada tahun 2010, popularitasnya memuncak pada tahun 2015 dan 2016. Instagram kini digunakan untuk hiburan selain iklan dan bisnis online²⁵. Dimanapun dan kapanpun kita bisa mengunggah foto atau video ke Instagram dan membagikannya ke dunia.

2. Fitur Instagram

Instagram memiliki beberapa fitur yang berbeda dengan sosial media lainnya. Berikut adalah beberapa fitur yang digunakan di Instagram.

a. *Followers* (pengikut)

Sebuah akun dapat memiliki pengikut atau menjadi pengikut (mengikuti pengguna akun lain) berkat sistem pengikut Instagram. Dengan followers, pengguna

²⁴ Eka Nanda Wulandari, "Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun @Hijabercommunityofficial", (Skripsi Sarjana: Fakultas Ilmu Dakwah Dan Komunikasi, Institut Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2006)

²⁵ Annisa Ainussalma "Pengaruh Fashion Style Dalam Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswa" (Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2020).

Instagram lainnya bisa saling berkomunikasi. Pengguna lain dapat menyukai atau mengomentari foto atau video yang diunggah pengguna. Popularitas gambar atau video dapat ditentukan oleh jumlah suka dan komentar yang diterimanya.

b. Unggah foto (upload photo)

Fungsi utama Instagram adalah mengunggah dan berbagi video atau foto. Mengunggah gambar dan video yang diambil dengan kamera atau yang sudah ada di galeri perangkat.

c. Kamera

Fitur kamera Instagram memungkinkan pengguna untuk langsung mengambil dan menyimpan foto dan video ke perangkat mereka. Efek dapat mengubah warna foto agar sesuai dengan preferensi pengguna.

d. Efek foto

Saat ini, Instagram hanya memiliki 15 efek yang dapat digunakan untuk menyesuaikan foto. Pada 2016, Instagram memiliki 23 efek termasuk: Moon, Gingham, Reyes, Juno, Slumber, Crema, Ludwig, Aden, Perpetua, Amaro, Mayfair, Rise, Hudson, Valencia, X-Pro II, Sierra, Willow, Lo-Fi, Inkwell, Ragi dan Nashville adalah beberapa mereknya.

e. Keterangan foto (Caption)

Deskripsi gambar—akan menyertai foto ke halaman berikutnya, di mana informasi tekstual tambahan akan diberikan. Menggunakan fitur caption, pengguna

bisa mendeskripsikan foto yang diunggah, mention pengguna lain, dan menambahkan hashtag.

f. Arboba

Instagram, seperti Facebook dan Twitter, memiliki fitur arroba (@) yang memungkinkan pengguna menghina atau menyebut pengguna Instagram lainnya. Di kolom deskripsi, komentar, dan bagikan, pengguna dapat menyebut atau menyinggung pengguna lain. Ini dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna lain terkait foto dan video yang diunggah dengan mengolok-olok atau menyebutkannya.

g. Geotagging

Fitur geotagging memungkinkan pengguna untuk memasukkan lokasi di mana foto atau video diambil atau diunggah di tempat lain pada halaman yang sama dengan keterangan.

h. Jejaring sosial

Pengguna dapat mengunggah foto atau video ke akun media sosial lain yang ditautkan ke halaman Instagram mereka selain membagikannya di Instagram. Pengguna perlu menyinkronkan akun mereka sehingga ketika satu pengguna mengunggah foto atau video ke satu platform media sosial, platform lain juga akan mengunggah konten yang sama.

i. Suka (Tanda)

Sebuah foto atau video dapat dikomentari menggunakan fitur Instagram. Pengguna Tombol suka memungkinkan orang lain yang melihat foto atau video menyukai kiriman.

j. Comment (Komentar)

Selain suka, pengguna juga dapat memberikan komentar pada foto atau video yang diunggah dan berinteraksi untuk mendiskusikan pendapat terkait foto atau video tersebut.

k. Share (Bagikan)

Pengguna dapat membagikan foto atau video seseorang untuk dilihat oleh orang lain yang pengguna ikuti.

l. Popular/explore

Jika sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, maka foto atau video tersebut tergolong populer secara global serta populer diantara ang-orang yang diikuti oleh pengguna.

Instagram berperan penting dalam mempopulerkan trend fashion islami seperti hijab yang berkembang postingan atau permodelan.

m. Instagram Stories

Instagram stories adalah fitur terbaru yang ditawarkan oleh instagram. Pengguna dapat mengunggah foto atau video secara real time dan foto akan bertahan

dalam waktu 24 jam. Setelah 24 jam foto atau video tersebut tidak dapat ditampilkan.²⁶ Dalam *instagram* terdapat berbagai fitur dan fungsi masing-masing dari fitur.

3. Kelebihan - kelebihan instagram

- a. Informasi yang ditampilkan disetiap postingan gambar rinci dan jelas, seperti lokasi, waktu, dan bahkan pengguna juga dapat mengisi bio atau biografi, yaitu informasi mengenai akun pengguna tersebut.
- b. Instagram dapat mengetahui kebutuhan dan kebiasaan serta kesukaan masing-masing pengguna sehingga segmentasi pasar atau pembagian pasar untuk promosi dapat lebih fokus.
- c. Dapat diakses kapan saja menggunakan akses internet.
- d. Tampilan mudah dipahami untuk semua pengguna ponsel.
- e. Terjalannya komunikasi melalui banyak fitur yaitu komentar, hastag (#), mentions, berbagi, kesukaan, dan bahkan pesan pribadi.
- f. Untuk menggunakan aplikasi Instagram, dapat diunduh dengan mudah melalui penyedia layanan ponsel.

5. **Gaya Busana (*Fashion*)**

Mode adalah bentuk kata benda yang berarti variasi terbaru dari perilaku atau bentuk pada waktu tertentu. Gaya dapat berubah dengan cepat. Mode yang digunakan seseorang mungkin mencerminkan siapa penggunanya. Wanita berjilbab adalah fashion yang berkembang setiap zaman.

²⁶ Amanda Putri Santoso, "Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita" (Skripsi Sarjana : Fakultas Teknologi Industri : Institute Teknologi Sepuluh November Surabaya 2017).

Dikutip dari buku Ibrahim, fashion merupakan bagian penting dari sebuah gaya, trend dan penampilan sehari-hari yang dapat menyampaikan citra identitas pemakainya. Memilih apa yang akan dikenakan adalah bagian dari gaya hidup Anda. Keller dalam Ibrahim bahwa fashion, busana, busana merupakan bagian penting dari gaya, trend dan penampilan sehari-hari yang secara efektif dapat memberikan gambaran identitas pemakainya.

Fashion pada dasarnya berfungsi sebagai alat penutup, perlindungan dan sesuatu yang dapat dijadikan daya tarik. Akan tetapi, saat ini fashion sudah menjadi gaya hidup seseorang. Karena dengan *fashion* seseorang bisa menunjukkan kualitas gaya hidupnya. Tidak hanya itu, citra seseorang bisa dinilai dengan cara apa yang dipakai dan pamor seseorang pun bisa didongkrak dengan menggunakan *fashion* yang sedang *trend*, yang istilah itu disebut dengan *fashionable*.²⁷

Dapat disimpulkan bahwa Fashion adalah gaya busana yang membawa pesan dan tanda gaya hidup serta memiliki jangka waktu tertentu. Orang yang sangat memperhatikan gaya busananya adalah termasuk orang yang *fashionable*. Hampir semua wanita tidak mau ketinggalan mengenai hal yang satu ini, karena fashion adalah bagian dari zaman. Seperti trend fashion saat ini, fashion hijab, sampai sekarang jumlah orang yang memakai busana hijab terus bertambah. Fashion hijab ini mudah diikuti oleh seluruh kalangan baik muda maupun tua karena modelnya yang sopan dan tertutup.²⁸ Fashion saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup.

²⁷Eka Nanda Wulandari "Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @HIJABERCOMMUNITYOFFICIAL", (Skripsi Sarjana: Fakultas Ilmu Dakwah Dan Komunikasi : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016)

²⁸ Wiwit Nurhaida, "Pengaruh Instagram Terhadap Gaya Busana Hijab di Kalangan Remaja", (Skripsi Sarjana; Program Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta 12240).

6. Hijabers

Hijabers adalah perkumpulan orang-orang yang menggunakan jilbab modis. Sebagian besar komunitas- komunitas hijabers memperkenalkan gaya terbaru yang kemudian mengubah pola pikir perempuan berhijab bahwa mereka pun juga mampu tampil modis, stylish dan menjadi tidak sederhana lagi seperti konsep sebelumnya. Berbagai aneka kreasi hijab yang dipadukan dengan busana muslim sekarang memang sangat berkembang khususnya di Indonesia.²⁹Banyaknya hijabers Indonesia mampu membuat trend pengguna hijab semakin menaik, dengan adanya daya tarik tersendiri dan untuk memenuhi syariat agama.

7. Mahasiswi

Mahasiswi secara harfiah adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik universitas, institute atau akademi. Mereka terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut mahasiswi.³⁰

D. Kerangka Pikir

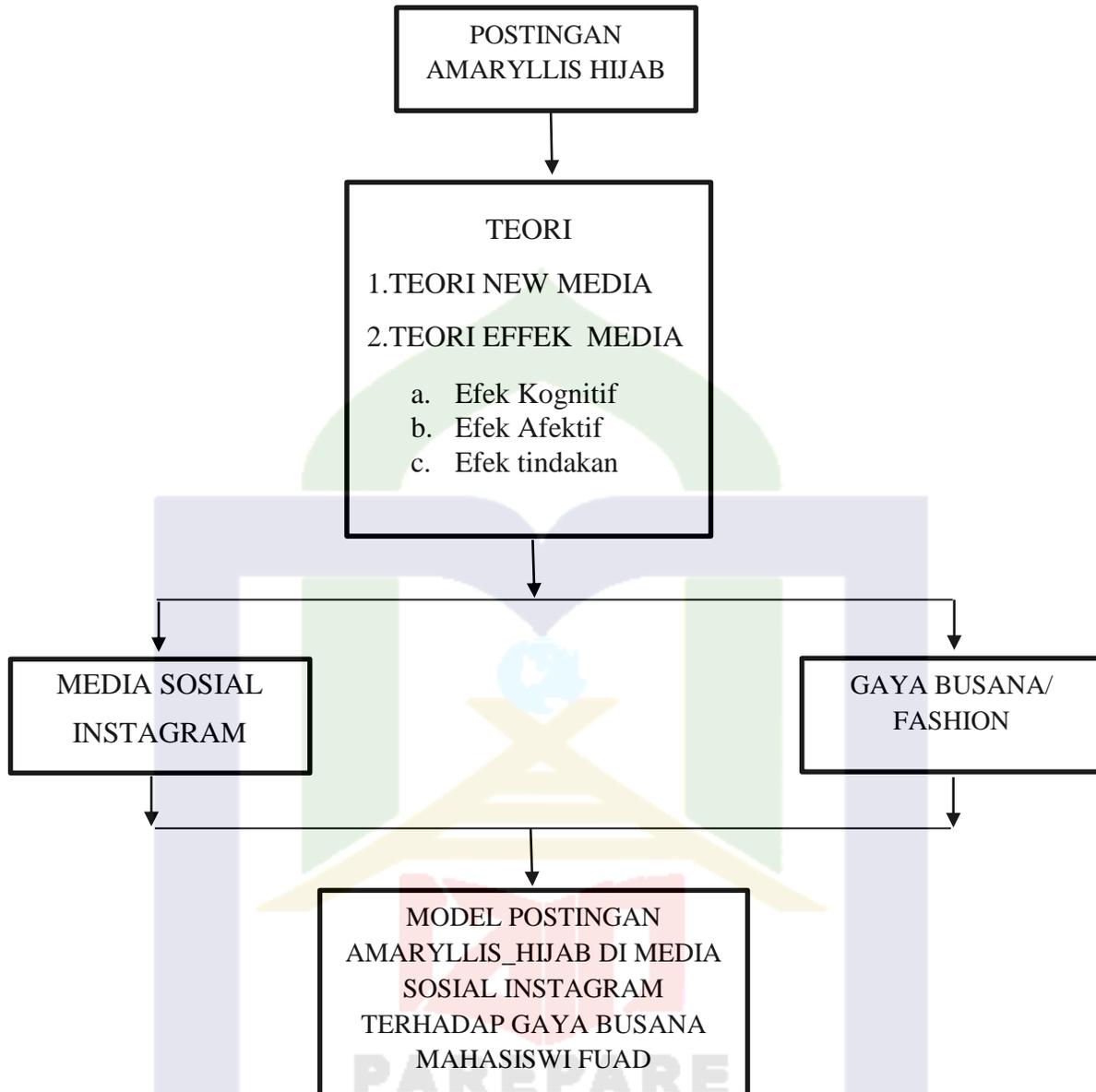
Kerangka kerja merupakan gambaran yang koheren tentang pola hubungan antara konsep dan/atau variabel yang memberikan gambaran utuh tentang objek penelitian. Kerangka biasanya dinyatakan dalam bentuk diagram atau diagram. Bagan yang disusun peneliti merupakan pola pikir yang digunakan untuk memudahkan pemahaman terkait judul penelitian yaitu “Bentuk Postingan Amaryllis_Hijab di media

²⁹ Wiwit Nurhaida” PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP GAYA BUSANA HIJAB Di KALANGAN REMAJA”(Skripsi Sarjana , Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta)

³⁰ <https://repository.uma.ac.id/bistream>. Diakses pada 04 oktober 2022

terhadap Gaya Busana Hijaber mahasiswa Ushuluddin Adab dan Fakultas Dakwah (FUAD) IAIN Parepare”.





Gambar : 01. Kerangka Fikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian, pendekatan, lokasi dan waktu penelitian, metode dan instrumen pengumpulan data, serta metode analisis data merupakan komponen dari metode penelitian penelitian ini. Berikut adalah uraian metode penelitian yang digunakan untuk menyusun disertasi ini:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Persiapan penelitian ini. Penelitian kualitatif digunakan oleh peneliti. Menurut Bogdan Dab Taylor, penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang ditulis atau diucapkan oleh individu yang perilakunya dapat diamati langsung pada latar belakang dan individu yang utuh (holistik) dianggap kualitatif³¹. Selanjutnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan secara tegas mengenai pola umum, struktur, dan tatanan sekelompok partisipan dalam penelitian kualitatif. *Etmo*-metodologi dan penelitian lapangan adalah dua nama lain untuk ini.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif, Nasir menerangkan dalam bukunya tentang metode penelitian, metode penelitian deskriptif merupakan satu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun kelas peristiwa pada masa

³¹ Tim Penyusun, *pedoman Penelitian Karya Ilmiah (makalah dan skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare STAIN parepare, 2013), h. 34

sekarang. Metode ini juga menjelaskan seperangkat tahapan atau proses, serta untuk menyimpan informasi bersifat kontradiktif mengenai subjek penelitian.³² Penelitian pada skripsi ini terfokus menelusuri tentang peran postingan Amarylis_Hijab di media sosial instagram terhadap gaya busana muslimah Hijabers mahasiswa IAIN Parepare dan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini akan dilakukan di sekitaran Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) parepare yang berlokasi di JL. Amal Bakti No.8, Bukit Harapan, kec,Soreang, Kota parepare, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu yang dibutuhkan peneliti untuk melaksanakan penelitiannya berlangsung mulai Mei sampai Juni 2022, lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

C. Fokus Penelitian

Yang menjadi fokus yang akan diteliti adalah dalam penelitian ini membahas tentang Model postingan Amarylis_Hijab di media sosial instagram terhadap gaya busana hijabers mahasiswa (FUAD).

³² <https://m.liputan6.com/hot/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah/diakses-12-11-2021>.

D. Sumber Data

Data penelitian ini berasal dari dua jenis penelitian yang berbeda yaitu data sekunder dan data primer. Data primer dikumpulkan langsung dari informan melalui penggunaan teknik wawancara (seperti pedoman wawancara) dan observasi (seperti observasi), sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi bahan pustaka seperti buku-buku hukum dan dokumen-dokumen di instansi terkait. masalah yang sedang diselidiki melalui penggunaan teknik dokumentasi. Berikut adalah sumber datanya;:

1.Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh dari objek penelitian dengan cara mengamati dan merekam secara langsung peristiwa-peristiwa penting yang relevan dengan pembahasan. Informasi yang diperoleh melalui wawancara disebut informasi esensial.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui dokumen yang berkaitan dengan penelitian, data ini melalui buku kepustakaan, peraturan perundang-undangan dan lain-lain.

E. Informan Peneliti

Dengan mewawancarai sejumlah orang yang dianggap dapat memberikan data atau informasi yang akurat tentang masalah yang diteliti, peneliti dapat memperoleh data yang mereka butuhkan dari informan penelitian.

Teknik “purposive sampling”, seperti dikemukakan Sugiono, digunakan untuk mengidentifikasi informan dalam penelitian kualitatif. Purposive sampling adalah

metode pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan khusus ini menunjukkan bahwa informan penelitian adalah mahasiswi yang terpengaruh oleh postingan hijab hijab. Informan dalam penelitian ini adalah mereka yang mengetahui dan memiliki informasi mendasar yang diperlukan untuk penelitian.. Dalam hal ini adalah mahasiswi FUAD yang menggunakan produk Amaryllis_Hijab.

Tabel 01 informan peneliti

| NO | Informan | | |
|----|-----------------------|-------------------------------|----------|
| | NAMA | PRODI | SEMESTER |
| 1 | Uswatun Khasanah | Pengembangan Masyarakat islam | 3 |
| 2 | Hera pasera | Pengembangan Masyarakat Islam | 3 |
| 3 | Nur Asiah | Jurnalistik Islam | 9 |
| 4 | Musdalifah | Jurnalistik Islam | 9 |
| 5 | Sri Radianingsi Salma | Jurnalistik Islam | 9 |
| 6 | Hasnawati S | Pengembangan Masyarakat Islam | 3 |
| 7 | Nurul Khadijah | Jurnalistik Islam | 9 |
| 8 | Khairunnisa Rahman | Bimbingan Konseling Islam | 9 |
| 9 | Mardatillah | Bimbingan Konseling Islam | 9 |

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan informasi adalah langkah utama menuju penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah penyampaian informasi, tanpa mengetahui strategi pengumpulan informasi, peneliti tidak akan mendapatkan informasi yang

memenuhi pedoman informasi yang telah ditetapkan sebelumnya.³³ Karena kegiatan pengumpulan data merupakan prosedur yang menentukan baik atau tidaknya suatu penelitian, maka Anda sebagai peneliti harus melaksanakannya. Teknik atau metode untuk memperoleh data yang sesuai dengan standar data yang telah ditetapkan adalah metode penelitian data. Berikut ini adalah metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data. S. Margono mendefinisikan observasi sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang dialami oleh subjek penelitian³⁴. Objek di mana peristiwa atau kejadian itu terjadi menjadi subjek pengamatan dan pencatatan ini.

Adanya perilaku yang tampak dan tujuan yang ingin dicapai merupakan inti dari observasi. Tingkah laku yang dapat langsung diamati, didengar, dihitung dan diukur dengan mata merupakan contoh tingkah laku yang tampak. Pada hakekatnya tujuan observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan yang diamati, kegiatan yang berlangsung di sana, dan makna peristiwa berdasarkan sudut pandang orang-orang yang terlibat³⁵. Peneliti memanfaatkan observasi ini dengan maksud untuk mendapatkan data yang bermanfaat mengenai dampak postingan Amaryllis_Hijab di

³³ Haris Hardiansyah, *wawancara, observasi, dan focus groups, sebagai instrument Penggalan Data Kualitatif* (Jakarta:PT Rajangrafindo Persada,2013),h.132

³⁴ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, Cetakan kedelapan,1997), h.135

³⁵ Haris Hardiansyah, *wawancara, observasi, dan focus groups, sebagai instrument Penggalan Data Kualitatif* (Jakarta:PT Rajangrafindo Persada,2013),h.132

Instagram terhadap gaya fashion hijab muslimah yang dikenakan mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah.

2. (Wawancara (*Interview*))

Selain persepsi, metode lain yang digunakan dalam pengumpulan informasi adalah wawancara. Percakapan dengan tujuan tertentu adalah wawancara. Pewawancara (interviewer) mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) memberikan tanggapan atas pertanyaan tersebut.³⁶

Selama percakapan Dalam konteks penelitian kualitatif, wawancara didefinisikan sebagai proses komunikasi antara setidaknya dua orang dalam suasana yang alami dengan kepercayaan sebagai landasan utama. Arah pembicaraan berkaitan dengan tujuan yang ditetapkan dengan mengutamakan kepercayaan pada lingkungan alam. dimana arahan pembicara berkaitan dengan menetapkan tujuan dengan mengutamakan kepercayaan sebagai dasar pemahaman yang paling penting.³⁷

Selain itu, peneliti menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan data ketika mereka ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut dan ketika mereka ingin mendapatkan informasi rinci dari responden. Laporan diri, atau setidaknya pengetahuan dan/atau keyakinan pribadi, menjadi dasar dari strategi pengumpulan data

³⁶ Lexi. J. Moleong, *Méthodologie de la recherche qualitative* (Bandung : PT Juvenile Rosdakarya, huitième impression, 1997), S. 135

³⁶ Haris Herdiansyah, *Interviews, Observations, and Focus Groups as Qualitative Data Mining Instruments* (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 2013), S.32

³⁷ Haris Hardiansyah, *wawancara, observasi, dan focus groups, sebagai instrument Penggalan Data Kualitatif* (Jakarta:PT Rajangrafindo Persada,2013),h.132

ini. pencari berbicara dengan individu yang memiliki atau mengetahui “peran postingan Amaryllis_Hijab di media sosial Instagram terhadap gaya busana muslimah hijabers bagi mahasiswa IAIN Parepare.”

3. Dokumentasi

Dokumentasi, yang dapat diartikan sebagai dokumen dalam bahasa latin, merupakan metode lain yang digunakan dalam pengumpulan data. Docere, yang berarti menginstruksikan, adalah kata Latin untuk dokumentasi.

Dokumen adalah ingatan akan kejadian masa lalu. Rekor ini bisa melalui komposisi, gambar, atau karya fantastis seseorang. Dokumen berbasis tulisan seperti buku harian, sejarah hidup, cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan adalah contohnya. Gambar dokumen, seperti foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. dokumen lisan, seperti rekaman pola bicara atau dialek dalam bahasa tertentu³⁸.

Metode pendokumentasian ini tidak menggunakan individu sebagai narasumber; melainkan menggunakan berbagai sumber tertulis atau dokumentasi yang dapat diakses oleh informan berupa budaya, seni dan pemikiran. Dengan membaca surat, pengumuman, ringkasan rapat, pernyataan tertulis tentang kebijakan tertentu, dan bahan tertulis lainnya, telaah dokumen dapat membantu peneliti mengumpulkan data atau informasi.. Karena tidak memerlukan penggunaan alat atau objek penelitian apapun, metode pencarian data ini sangat bermanfaat. Dengan mempelajari dokumen-

³⁸ Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Alfabeta, Cetakan ke 7, April 2017), h. 14

dokumen tersebut, peneliti dapat mengetahui dampak postingan Instagram Amaryllis_Hijab terhadap gaya busana muslimah yang dikenakan mahasiswi berhijab. Dokumentasi berupa foto dan video juga harus digunakan untuk mendukung pengumpulan data.³⁹

G. Uji Keabsahan Data

Sugiono mengatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, metode pengujian keabsahan data bertujuan untuk memberikan landasan analisis yang akurat untuk memastikan bahwa data yang ditemukan akurat. Peneliti menggunakan bahan referensi, memperluas pengamatan, meningkatkan kegigihan dalam penelitian, dan melakukan pemeriksaan anggota dengan cara ini⁴⁰, antara lain:

1. Perpanjangan Pengamatan

Perluasan observasi penulis dilakukan untuk mendapatkan data yang valid dari sumber data yang meningkatkan intensitas pertemuan dengan informan yang dijadikan informan dan untuk melakukan penelitian dalam kondisi yang wajar dan tepat waktu, dalam hal ini peneliti merilis kunjungan rutin ke situs pencarian untuk menemukan informasi akurat. data.

³⁹ Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 180

⁴⁰ Sugiyoni, *Metode Penelitian Pendidikan*, h.269

2. Meningkatkan Ketekunan dalam penelitian

Peneliti harus meningkatkan ketekunannya dengan mengambil keputusan yang tegas untuk menyelesaikan penelitian dan menghindari segala aspek yang dapat menghambat kegiatan penelitian untuk mengantisipasi ketika akan dilanda kemalasan.

3. Menggunakan Bahan Referensi yang cukup

Peneliti harus meningkatkan ketekunannya dengan mengambil keputusan yang tegas untuk menyelesaikan penelitian dan menghindari segala aspek yang dapat menghambat kegiatan penelitian untuk mengantisipasi ketika akan dilanda kemalasan..

4. *Member Check*

Proses verifikasi data peneliti dengan penyedia data disebut sebagai member check. Peneliti melakukan member check terhadap seluruh sumber data dalam penelitian ini, khususnya informan atau informan mengenai konsep peran Amaryllis_Hijab di media sosial Instagram terhadap gaya berbusana. Tujuan dari member check ini adalah untuk mengetahui seberapa dekat kesesuaian data yang diperoleh dengan apa yang disediakan oleh penyedia data. pengganti Personil Ushuluddin Adab dan Dakwah.⁴¹ Pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memastikan kebenaran data yang diperoleh

⁴¹Saskia Rara Amiyati Hamzah R, "Peran Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqa Dalam Penanaman Nilai-Nilai Islam Dan Budaya Lokal Di Masyarakat Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang"(Skripsi Sarjana:Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah : Institute Agama Islam Negeri Parepare 2020)

H. Teknik Analisis Data

Langkah penting dalam menyelesaikan proyek penelitian ilmiah adalah analisis data berdasarkan hasil pengumpulan data. Karena informasi yang akan dikumpulkan nantinya, jika tidak diteliti hanya akan menjadi hal yang tidak penting, tidak berguna, menjadi informasi yang mati, informasi yang tidak terdengar, maka pemeriksaan informasi sangat mendasar dalam eksplorasi logika karena membantu dalam memberikan arti penting. dan nilai yang terkandung dalam eksplorasi. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data di lapangan merupakan langkah awal dalam analisis data. Pengakuan subjek pelaku merupakan sumber utama analisis data dalam penelitian kualitatif. Agar peneliti dapat menangkap pengakuan subjek pelaku secara objektif, peneliti harus berpartisipasi dalam kehidupan subjek pelaku melalui observasi partisipan dan wawancara mendalam⁴².

Proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi dikenal dengan istilah analisis data. Ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori, mendeskripsikannya ke dalam unit, mensintesisnya, menyusunnya menjadi pola, memilih mana yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan menarik kesimpulan yang mudah dipahami oleh Anda atau orang lain.⁴³ Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

⁴² Moh, Krisan, *Metodologi penelitian Kualitatif-Kualitatif*, (Cet. II, Yogyakarta: UIN MALIKI PERSS, 2010), 355

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. XXVIII; Bandung Alfabeta, 2018), h. 244

1. Pengelompokan Data

Pengelompokan data ini bertujuan untuk mengklasifikasikan semua data yang masih berupa catatan, kenangan, dan catatan kecil yang perlu diubah menjadi tulisan atau transkrip. Langkah selanjutnya adalah membagi data mentah menjadi tema-tema tertentu, satu untuk setiap rangkaian pembahasan, setelah semua data ditulis atau ditranskrip.

2. Penyajian Data

Setelah semua data mentah yang berkaitan dengan penelitian terkumpul, maka dilakukan tahap penyajian data ini. Semua tema yang telah terkumpul kemudian diubah kembali atau dirinci menjadi subtema sehingga lebih mudah menarik kesimpulan dari setiap subtema. Akhir dari tahapan ini merupakan hasil dari kesimpulan subtema ini.⁴⁴

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari analisis data, kesimpulan ini diperoleh dari subtema yang telah di dispesifikasikan tema di tahap penyajian data.

⁴⁴Saskia Rara Amiyati Hamzah R, "Peran Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqa Dalam Penanaman Nilai-Nilai Islam Dan Budaya Lokal Di Masyarakat Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang"(Skripsi Sarjana:Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah : Institute Agama Islam Negeri Parepare 2020)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penggunaan Fitur *Instagram* Pada Postingan Amaryllis_Hijab

Instagram adalah aplikasi satu-satunya dan mudah untuk berbagi foto dan video. Selain itu, pengguna platform media sosial dapat langsung mengambil foto atau video, mengeditnya menggunakan efek filter yang tersedia, lalu mempublikasikan hasilnya di beranda *Instagram* dan platform media sosial lainnya. Setelah itu, pengguna *Instagram* lain yang menjadi pengikut akan dapat melihat foto dan video yang telah diposting. Menggunakan media sosial *Instagram* semudah mengambil gambar, mengeditnya, dan memposting hasilnya.⁴⁵

Penggunaan media sosial *instagram* dapat dikaitkan dengan Teori New Media karena *instagram* merupakan bagian dari media baru (New media) atau lebih sering disebut media konvergensi. New media muncul dari inovasi-inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang, apa yang dimaksud dengan media lama seperti televisi, film, majalah, buku, bukan serta merta mati begitu saja melainkan berproses dan beradaptasi dalam media baru. Dalam fungsinya New media mencakup semua fungsi komunikasi massa, dengan fungsi utamanya sebagai *serveillance*, yaitu memberikan informasi kepada khalayak, Khalayak media massa sendiri memiliki sifat dan karakteristik, yakni khalayak massa terdiri dari jumlah yang besar. Dengan karakteristik New media atau media baru turut memberikan pengaruh di berbagai bidang diantara individu, seorang individu akan

⁴⁵ <https://Eprints.Umm.Ac.Id.Instagram> Sebagai Media Komunikasi Sosial. Diakses Tanggal 02 November 2022

memiliki identitas sendiri dalam internet seperti akun media sosial instagram. New media menunjang perkembangan ekonomi dalam bentuk e-commerce atau komersial elektronik atau disebut juga toko online.⁴⁶Perubahan sosial cultural dalam sistem komunikasi dan interaksi satu sama lain baik komunikasi interpersonal hingga komunikasi dalam New media, semuanya bergabung dalam wadah yaitu internet.

Beberapa tahun belakangan media sosial instagram yang memiliki fungsi bersosialisasi tanpa harus bertemu langsung telah mengalami perubahan fungsi yang awalnya hanya berfungsi sebagai media komunikasi kini juga memiliki fungsi lain, yaitu sebagai wadah untuk mempopulerkan trend fashion masa kini. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya postingan-postingan pengguna media sosial khususnya instagram yang bertajuk *fashion* atau cara berpakaian. Akibat peralihan fungsi ini, kini Instagram memiliki peran terhadap gaya berpakaian penggunanya khususnya mahasiswa.⁴⁷ Hal ini dikarenakan informasi terkini tentang fashion sangat mudah untuk didapatkan, contohnya tren berhijab dikalangan selebgram yang kini bisa diakses hanya melalui Instagram. Selain itu untuk mendapatkannya pun tergolong mudah, hanya dengan berinteraksi langsung dengan pemilik akun Instagram yang menawarkan

⁴⁶Mochamad Rochmanur Romadhoni, "Kepuasan Followers Dalam Mengakses Akun Instagram Kuliiner @Kokobuncit"(Skripsi Sarjana: Ilmu Komunikasi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya 2020)

⁴⁷ Fries Maulhayat dkk, "Peran Instagram Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar"(Jurnal: program studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar).

jasa sebagai toko online yang menjual barang yang diinginkan.⁴⁸Salah satu toko online yang cukup diminati oleh kalangan mahasiswi adalah Amaryllis_hijab.

Amaryllis_hijab adalah toko hijab / jilbab yang berlokasi di Kota Parepare. Toko hijab ini menawarkan berbagai macam jenis hijab seperti hijab syari, pashmina, plisket, modern, bergo / jilbab instan, hijab segi empat, khimar, maryam dan lainnya. Toko hijab / kerudung ini menyediakan hijab untuk berbagai keperluan seperti untuk kuliah, kantor, kerja, sekolah, pesta dan olahraga dengan desain modern dengan harga murah dan terjangkau. Tersedia pula hijab berbagai berwarna, polos dan motif. Kualitas hijab yang ditawarkan sangat berkualitas dengan kain dan bahan terbaik seperti bella square, motif voal dan lainnya dari berbagai merk hijab/jilbab seperti umama, rabbani, voal, bella dan lainnya.

Akun instagram Amaryllis_hijab memberikan informasi tentang jenis hijab, cara memakainya, jenis kain yang dipakai dan ukurannya, sehingga menjadi daya Tarik *followers*. Dalam akun instagram Amaryllis_Hijab terdapat beberapa fitur instagram yang digunakan. Beberapa fitur instagram yang digunakan oleh akun Amaryllis_Hijab sebagai berikut:

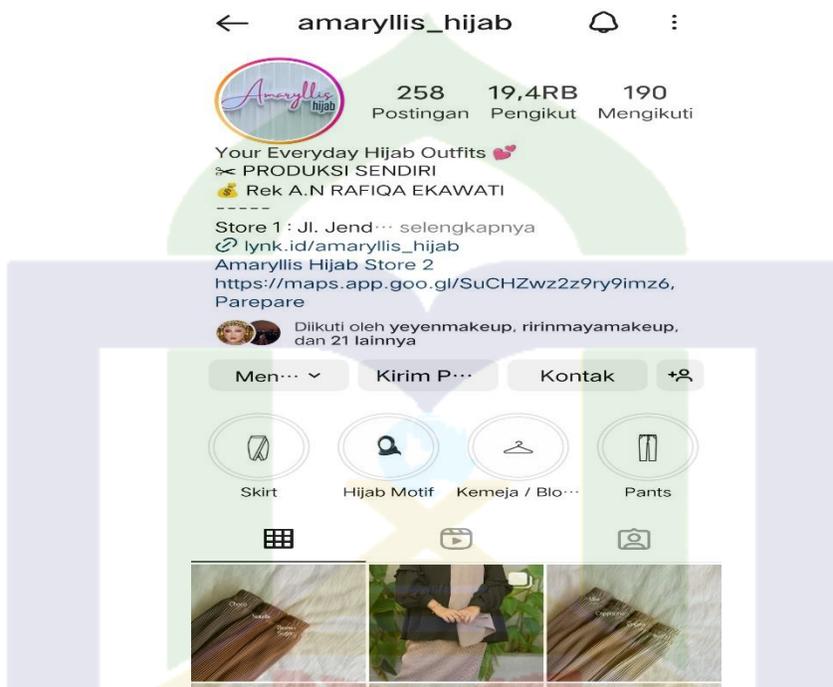
1. *Followers* (pengikut)

Instagram memiliki sistem pengikut, dimana sebuah akun dapat memiliki pengikut atau menjadi pengikut (mengikuti) pengguna akun lainnya. Dengan adanya pengikut, akan terjadi komunikasi antar sesama pengguna instagram jika sebuah akun

⁴⁸ Fries Maulhayat dkk, "Peran Instagram Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar" (Jurnal: program studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar).

memposting foto/vidio, pengguna lainnya dapat merespon dengan suka maupun komentar, jumlah like dan komentar dapat membuat foto/vidio populer.

Gambar 02



Tampilan profil akun instagram @Amaryllis_Hijab

Sumber : instagram Amaryllis_Hijab/2023

Berdasarkan hasil wawancara dengan Khairunnisa rahman selaku selaku mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah(FUAD) mengatakan bahwa:

“Faktor yang paling berpengaruh pada akun @Amaryllis_Hijab pada produk hijab di media sosial instagram adalah dilihat dari berapa banyak jumlah *followers* pada akun instagramnya, karena banyaknya *followers* di dalam akun tersebut dapat mempengaruhi followers lainnya untuk mempercayai akun tersebut“

Informan mahasiswa mengetahui bahwa akun @Amaryllis_Hijab merupakan akun online store hijab yang memiliki *followers* terbanyak di kota parepare dan menjadikan alasan dalam memilih akun tersebut dalam mencari informasi tentang

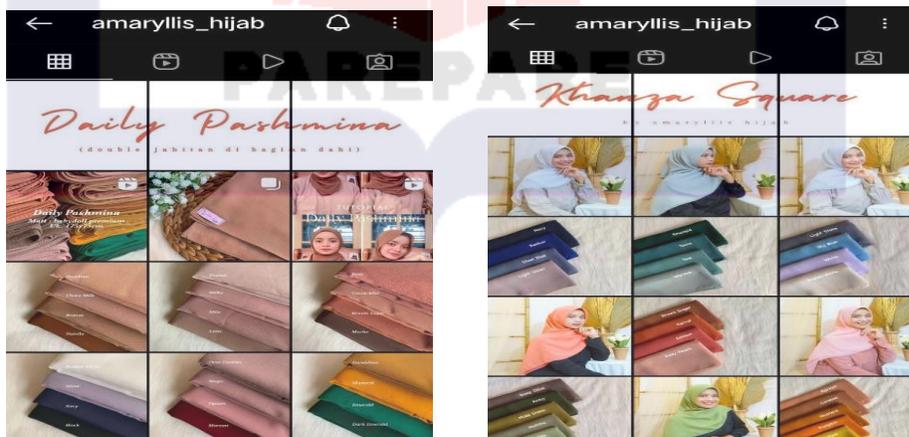
hijab.sama halnya yang dikatakan oleh saudari khairunnisa rahman bahwa semakin banyak followers, seseorang pun menjadi penasaran dan terlibat didunia nyata maupun didunia virtual.

Akun instagram @Amaryllis_Hijab pada tanggal 06 Februari 2023 telah memposting produk berjumlah 253 Postingan berupa foto produk dan vidio Reels, dengan 19. 4RB *followers* dan 190 *following*. Akun instagram memiliki lebih banyak *followers* daripada *following* karena admin istagram @Amaryllis_Hijab hanya mengikuti (*Following*) akun-akun resmi saja dan akun-akun instagram dari reseller Amaryllis_Hijab. Banyaknya Followers di dalam salah satu akun instagram dapat mempengaruhi followers lainnya untuk mempercayai akun tersebut.

2.Upload foto (mengunggah foto)

Mengunggah dan berbagi foto atau vidio adalah fungsi utama instagram. Foto/vidio yang diunggah diperoleh melalui kamera secara langsung ataupun yang sudah tersimpan di dalam galeri.

Gambar: 03



Unggahan foto pada akun instagram @Amaryllis_Hijab
Sumber :Instagram Amaryllis_Hijab

Berikut adalah hasil wawancara dengan salah satu informan mahasiswi pengembangan masyarakat islam (PMI) Uwatun hasanah mengenai postingan pada amaryllis_hijab:

“Unggahan foto pada akun instagram dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena foto produk adalah bagian pertama yang dilihat konsumen saat mencari barang yang diinginkannya”

Akun @Amaryllis_Hijab mengunggah foto produk-produk terbaru dengan menampilkan layout semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen. Adapun unggahan foto pada gambar 03 akun @Amaryllis_Hijab mengunggah produk hijab jenis pashmina dan khansa square dengan berbagai warna.⁴⁹Unggahan foto pada instagram dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena foto produk adalah bagian pertama yang dilihat konsumen saat mencari barang yang diinginkannya

3.Caption

Setelah proses editing, foto akan dibawa kehalaman berikutnya, dimana foto tersebut akan diberikan keterangan lebih lanjut menggunakan teks. Pengguna dapat mendeskripsikan foto yang diunggah menggunakan fitur caption. Salah satu kunci agar memiliki akun dengan banyak followers dan berkualitas adalah dengan menulis caption yang menarik.

⁴⁹ Feri Kurniawan “ Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Akun Instagram @Enowcustom”(Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2, No. 1 Juni 2022)

Gambar : 04



contoh caption pada postingan @Amaryllis_Hijab.
Sumber: instagram Amaryllis_Hijab

Contoh caption yang tertulis pada gambar 03 menjelaskan nama hijab (hijab daily pashmina plus inner). Daily pashmina yang sudah dijahit menyatu dengan innernya, tinggal slurp langsung dipake deh.

Contoh caption diatas dapat dikaitkan dengan teori efek media (informatif), perusahaan harus membuat promosi yang lebih informatif untuk mengenalkan lebih dekat tentang produk itu kepada konsumen. Postingan tersebut juga dilengkapi dengan bahan yang digunakan, ukuran hijabnya, dan harga. Bahan pashmina, ceruty babydoll premium sama seperti bahan daily pashmina biasanya kita uk 175x75 cm harga Rp60.000.

Contoh caption yang menyertakan ukuran dan harga pada hijab Amaryllis-Hijab dapat dikaitkan dengan teori Efek media Bagian tindakan (*Behavior Area*). Area ini merupakan area tahap akhir konsumen yaitu konsumen akan mulai melakukan pembelian. Tahap ini adalah tahap akhir dalam proses. Pada akhirnya, konsumen sudah mengenal produk dan tahu tentang produk, lalu berminat untuk menjadikan produk sebagai pilihan dan membeli produk pada saat yang tepat. Iklan yang disajikan dalam

bentuk konten instagram membuat konsumen tertarik untuk mengenal produk dan berminat untuk menjadikan produk sebagai pilihan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nurul selaku mahasiswi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) mengatakan bahwa:

“Pada postingan @Amaryllis_Hijab selalu memberikan keterangan (*caption*) sehingga mahasiswi pada tau jenis hijab, varian warna , ukuran, dan harga, terus ada juga keterangan bagaimana cara ordernya.”

Kelebihan dari fitur caption ini yaitu untuk menampilkan semua informasi yang diminta oleh calon konsumen (mahasiswa) terkait dengan produk yang tercantum. Tidak semua akun toko online seperti akun @Amaryllis_Hijab ini, seperti B. Tampilkan harga langsung di postingan. Penggunaan caption pada akun @Amaryllis_Hijab utamanya untuk menampilkan informasi tambahan mengenai produk yang tidak dapat disampaikan melalui gambar. Apalagi yang di posting oleh akun @Amaryllis_Hijab merupakan produk Fashion seperti hijab.

4.Hastag

Hastag instagram merupakan kombinasi huruf, angka, dan emoji yang diawali dengan simbol tagar atau (#). *hastag* berfungsi untuk mengelompokkan foto-foto yang ada di instagram sehingga lebih mudah ditemukan oleh orang-orang yang tertarik. Dengan hastag instagram yang tepat foto anda akan muncul di hasil pencarian.

Gambar 05



#basichijabsquare #basichijab #bellasquare
#polycottonsquare #polycottonmurah #dailyhijab
#hijabsimple #hijabstyle

Penggunaan *hashtag* (tanda pagar atau #) yang digunakan dalam postingan @Amaryllis_hijab
Gambar unggahan @Amaryllis_hijab dalam instagramnya.

Sumber: instagram Amarllis_hijab

Akun @Amaryllis_hijab juga menambahkan sebuah *hashtag* (tanda pagar atau #) didalam captionnya. *Hashtag* di instagram digunakan untuk mempermudah pengelompokan postingan agar sebuah postingan dicari dengan mudah, agar sebuah postingan dapat dilihat lebih banyak agar tidak hanya *followers* yang melihat, dan bahkan *hashtag* sekarang digunakan untuk menambah *followers* dan media promosi. Contoh *hashtag* yang tertulis pada gambar 05 #basichijabsquare #basichijab #bellasquare #polycottonmurah #polycottonsquare #dailyhijab #hijabsimple #hijabstyle.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan salah satu mahasiswi Sejarah Peradaban Islam (SPI) Hasmi mustari mengenai *hashtag* (#) pada instagram @Amaryllis_Hijab :

“Dalam postingan @Amaryllis_Hijab juga disertakan *hashtag* (#) sehingga sangat memudahkan mahasiswi atau konsumen lain dalam menemukan jenis hijab yang diinginkan.”

Postingan pada akun @Amarylls_Hijab menggunakan *hashtag* pada setiap postingannya agar produknya mudah dicari oleh mahasiswi, dan bisa melihat *review* dari pengguna lain. Dengan *review* yang baik dari mahasiswi maka akan

mempengaruhi mahasiswi yang lain.

4. Instagram *Stories*

Instagram *stories* adalah fitur terbaru yang ditawarkan oleh instagram. Pengguna dapat mengunggah foto atau video secara real time dan foto akan bertahan dalam waktu 24 jam. Setelah 24 jam foto atau video tersebut tidak dapat ditampilkan.

Gambar 06



Stories @Amaryllis_Hijab

Sumber gambar : instagram Amaryllis_Hijab

Berikut adalah hasil wawancara dengan Nur Asia mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah yang dipaparkan mengenai stories pada akun @Amaryllis_Hijab sebagai berikut:

“Dalam story @Amaryllis_Hijab saya mendapat informasi mengenai model hijab yang di posting pada stories, karena setiap harinya @Amaryllis_Hijab mengupload foto hijab yang dilengkapi dengan teks menjelaskan jenis hijab, bahan yang digunakan, jenis-jenis warna yang ready dan menambahkan ukuran jilbab’

Instagram *stories* adalah fitur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan atau penggunaanya untuk membagikan unggahan sebagai foto dan video pendek

berdurasi 15 detik hingga 1 menit yang dapat dibagi menjadi beberapa unggahan yang berdurasi hanya 24 jam di Instagram. Meski hanya sementara, foto dan video yang diposting dapat disimpan secara manual oleh pengguna menggunakan Stories dan disimpan secara permanen di profil pengguna untuk dilihat pengguna lain lebih jauh. batas waktu 24 jam. Fitur Instagram Stories merupakan fitur yang paling populer dibandingkan dengan fitur lainnya karena fitur Instagram Stories berisi fitur pendukung yang diminati pengguna dan tetap menggunakan fitur Stories setiap kali menggunakan aplikasi Instagram. Fitur ini digunakan untuk berbagi aktivitas sehari-hari dan juga berbagi informasi.

Instagram Stories saat ini merupakan platform dengan pertumbuhan tercepat karena lebih dari 200 juta orang menggunakan Instagram Stories setiap hari. Selain itu, cerita Instagram termasuk dalam "Discoverable" (dapat ditemukan), yang memungkinkan orang lain untuk melihat unggahan pengguna meskipun mereka tidak mengikuti Anda, ini adalah peluang bagus untuk membuat penggemar atau pemirsa aktif di unggahan lain. Sebagai pengguna branding, Instagram Stories dapat digunakan sebagai alat untuk mendukung tujuan Anda. Cerita adalah bagian besar dari penggunaan Instagram. Cerita Instagram adalah cara lain untuk terhubung dengan audiens target Anda, dan fakta bahwa mereka muncul di bagian atas bilah pencarian dan mengambil seluruh layar pengguna (dan perhatian penuh) menghilangkan semua gangguan visual lainnya dari lapangan.

Kelebihan fitur informasi tentang hijab dikota parepare @Amaryllis_Hijab, dan mahasiswi pun akhirnya memfollow akun instagram @Amaryllis_Hijab juga menjadikan postingannya sebagai referensi dalam berhijab untuk kekampus. Para *Followers* @Amaryllis_Hijab juga mendapatkan mamfaat dalam memfollow ini.

Mamfaat yang diterima adalah berupa informasi tentang Jenis hijab dan cara penggunaan hijab yang cocok digunakan ke kampus. Mamfaat yang mahasiswi terima dalam mengikuti akun instagram @Amaryllis_Hijab merupakan efek proposial media, yaitu bagaimana media instagram dapat membantu khalayak mempelajari informasi yang bermamfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

B. Model Postingan Amaryllis_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Parepare

Media dan sosial adalah dua kata yang membentuk istilah "media sosial". Media adalah instrumen, metode untuk korespondensi, pemisah, atau kontak. Sosial mengacu pada masyarakat atau preferensi untuk fokus pada kepentingan publik. Oleh karena itu, media sosial adalah suatu bentuk media yang memungkinkan penggunanya untuk terlibat dalam kegiatan sosial satu sama lain melalui internet, tanpa memandang jarak, waktu, atau ruang. Siswa sekarang sangat mementingkan media sosial..⁵⁰ Salah satu media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa salah satunya ialah instagram.

Instagram adalah salah satu media sosial untuk berbagi foto dan video, hingga saat ini instagram banyak fitur seperti instatory. Sistem sosial di instagram adalah dengan mengikuti akun orang lain. Dengan demikian , komunikasi antar sesama pengguna instagram bisa terjalin dengan memberikan tanda like atau komentar pada foto orang lain yang diunggah ke instagram . Penggunaan instagram tentunya dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang⁵¹

⁵⁰ Dwi Oktaviani'pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Iain Metro,'(Skripsi Sarajana;Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,2019)

⁵¹ Rifqi agianto,"pengaruh media sosial instagram terhadap gaya hidup dan etika remaja"(Jurnal;Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Stembi) vol 7, no 2 desember 2020.

Perkembangan media sosial sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Dilihat dari era modern saat ini media sosial bukan hanya sebagai media komunikasi tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia khususnya dikalangan mahasiswa. . Dilihat dari segi penampilan mahasiswa IAIN Parepare cukup menarik. Penampilan yang menarik tidak lepas dari gaya *fashion* seperti model baju ,dan hijab yang cenderung mengikuti tren.

Perubahan gaya hidup pada mahasiswa sangat erat kaitannya dengan perkembangan zaman dan teknologi karena teknologi dan zaman yang semakin berkembang dan canggih akan menciptakan perkembangan dan penerapan gaya hidup seperti gaya berhijab.⁵²

Mahasiswa adalah kalangan yang aktif dalam penggunaan media sosial sehingga fenomena online shop sangat lekat dengan mereka, sehingga menjadi pola konsumsi mahasiswa khususnya wanita atau yang lebih dikenal dengan mahasiswi terutama produk *fashion* hijab belakangan ini mengalami kenaikan.⁵³ Mahasiswi tertarik untuk mengonsumsi produk *fashion* karena mengikuti trend saat ini.

Pola konsumsi yang tinggi cenderung untuk menjadi konsumtif. Oleh karena itu, meningkatnya konsumsi produk *fashion* saat ini berdampak peningkatan belanja secara online yang berarti semakin eksisnya online shop dikalangan masyarakat terkhusus mahasiswi.⁵⁴

⁵² Dwi Oktaviani'pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Iain Metro,''(Skripsi Sarajana;Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,2019)

⁵³ Sofia Miranda''pengaruh instagram sebagai media online shopping *fashion* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas'('jurnal; JOM FISIP Vol.4,2017.

⁵⁴ Sofia Miranda''pengaruh instagram sebagai media online shopping *fashion* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas riau''(jurnal; JOM FISIP Vol.4,2017.)

Adapun interaksi mahasiswi di instagram bermacam-macam bentuknya, Berikut ini merupakan bentuk-bentuk interaksi sosial yang berpengaruh pada mode gaya busana mahasiswi dalam bentuk interaksi sosial antara lain, imitasi (Peniruan), sugesti (Rangsangan), identifikasi (ingin menjadi sama) dan simpati (ketertarikan).

- a. Sugesti merupakan Upaya untuk meniru orang lain disebut imitasi. Kita bisa meniru gaya fashion orang lain atau cara mereka memposting foto ke Instagram, keduanya adalah contoh peniruan di media sosial. Ketertarikan, kekaguman, dan harapan akan penghargaan sosial yang tinggi merupakan prasyarat untuk peniruan. Para mahasiswi mencoba meniru gaya hijab akun @Amaryllis_Hijab dalam peniruan ini.
- b. Dorongan adalah kursus memberikan perspektif kepada orang lain melalui hiburan virtual, akan sangat mudah bagi seseorang untuk memengaruhi seseorang dengan perspektifnya, hal ini dibuktikan dengan banyaknya diskusi yang dapat diikuti klien dalam hiburan berbasis web untuk membuatnya lebih mudah untuk memengaruhi pengganti. Ketika ada hambatan berpikir, pemikiran yang terpecah belah, kewibawaan, mayoritas, atau karena sugesti, maka siswa akan lebih mudah menerimanya. Ada banyak situasi seperti itu di media sosial, membuat saran menjadi sederhana. Persepsi mahasiswi terhadap fashion kekinian dan fashionable juga dipengaruhi oleh penampilan, warna, dan gaya model yang menarik yang diposting oleh akun @Amaryllis_Hijab.
- c. Identitas adalah keinginan untuk secara umum setara dengan orang lain baik secara nyata maupun secara internal. Secara sadar pada awalnya, kemudian secara irasional, identifikasi terjadi. Dalam jejaring sosial Instagram, pengguna dapat mengidentifikasi diri dengan melihat foto dari akun @Amaryllis_Hijab, yang

merupakan hubungan sosial antara pengguna dan penyedia informasi. Para mahasiswi terlihat lebih cenderung ingin memakai produk dari akun @Amaryllis_Hijab karena mereka dapat dengan mudah melihat berbagai foto akun tersebut dengan fashion mereka dalam interaksi di Instagram.

- d. Simpati adalah interaksi sosial di mana seorang individu tertarik pada orang lain, terutama melalui kekaguman. Simpati berkembang sebagai hasil dari penilaian emosi sendiri. Forum sosial yang membutuhkan materi atau hanya dukungan berbasis kepedulian dimungkinkan oleh media sosial. Namun, pertumbuhan fashion di Instagram lebih kepada ketertarikan masyarakat terhadap model @Amaryllis_Hijab dan ragam hijab yang dikenakannya..⁵⁵

Perubahan gaya hidup pada mahasiswi dapat dikaitkan dengan teori efek media, Teori ini diciptakan untuk memperlihatkan proses, atau langkah yang membuat pengiklan berasumsi bahwa suatu produk atau merek tertentu diawali oleh pengenalan terhadap produk tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan pemahaman yang ditindak lanjuti dengan tingkat kesukaan dan penilaian lebih baik dibandingkan dengan produk lain. Akhirnya konsumen memutuskan untuk mencoba merek tersebut. Model ini selalu menyebutkan bahwa proses selalu berurutan dan selalu berawal dari proses pengenalan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan dengan menemui objek sebagai responden pada penelitian ini diperoleh beberapa data bagaimana postingan @Amaryllis_Hijab di media sosial instagram mempengaruhi gaya busana Hijabers Mahasiswi Fakultas ushuluddin adab dan dakwah..⁵⁶ Peneliti melakukan

⁵⁵ Lutfi Kusuma Wardani "Pengaruh Linimasa Instagram Terhadap Gaya Busana Santriwati Pondok Pesantren Ali Maksum Krpyak Yogyakarta" (Skripsi Sarjana Fakultas Ushuludd in Dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2017)

⁵⁶ Fries Maulhaya Dkk, "Peran Instagram Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar" (Jurnal; Program Studi Pendidikan Antropologi, Universitas Negeri Makassar, 2018).

penelitian dengan mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) untuk mengetahui bagaimana postingan Amaryllis_Hijab di media sosial instagram mempengaruhi gaya busana hijabers mahasiswi.

Adapun beberapa tingkatan pengguna yang menjadi pengaruh gaya busana hijabers mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (IAIN) Parepare. Berikut adalah data hasil wawancara observasi dan dokumentasi yang peneliti paparkan berdasarkan fokus penelitian yang telah diperoleh penelitian sebagai berikut:

1. Sebagai referensi hijab

Terkadang seorang mahasiswi merasa bosan dengan penggunaan hijabnya yang seperti itu itu saja. Sehingga terkadang mahasiwi ingin mengkreasikan penggunaan hijabnya agar terlihat modis dan menarik. jika penggunaan hijabnya itu berbeda sehingga akan menyebabkan dirinya tampil berbeda dan biasanya akan lebih menarik dari biasanya.

Gambar 07



(Tutorial penggunaan hijab pashmina)

Sumber gambar: instagram @Amaryllis_Hijab

Akun amaryllis hijab sering memposting berupa (reels) bagaimana cara penggunaan hijab, seperti pada gambar 07 @Amaryllis_Hijab memposting reels yang berdurasi 15 detik, postingan tersebut dapat memudahkan mahasiswi dalam membentuk hijabnya, dalam postingan *reels* tersebut admin dari amaryllis_hijab menggunakan 4 model pemakain dengan 1 jilbab.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mardatillah selaku mahasiswi FUAD mengatakan bahwa :

“postingan pada amaryllis_Hijab saya jadikan referensi hijab untuk ke kampus, karena tutorial hijab pada postingan tersebut sangat mudah diikuti”

Hal yang sama di ungkapkan oleh Nurul khadijah salah satu mahasiswi Jurnalistik Islam mengatakan bahwa.

“Postingan pada akun media sosial instagram @Amaryllis_Hijab sangat bermamfaat karena dalam postingan akun tersebut menjelaskan jenis hijab,yang cocok digunakan kekampus dan pada postingan tersebut juga terdapat tutorial-tutorial bagaimana cara penggunaan hijab.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Musdalifah selaku mahasiswi FUAD mengatakan bahwa :

“Dengan adanya postingan pada amaryllis_Hijab mahasiswi bisa mengikuti gaya berhijab yang sopan dan rapi, bisa juga mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern supaya kelihatan lebih modis”⁵⁷

Tanggapan salah satu mahasiswi JI (Jurnalistik Islam) musdalifah mengatakan bahwa postingan Amaryllis_hijab itu sangat berpengaruh terhadap gaya hijab mahasiwi karena postingan pada akun amaryllis_Hijab dijadikan sebagai referensi sehingga bisa mengetahui gaya berhijab yang *trend* dan sesuai dengan perkembangan zaman dan tidak ketinggalan jaman. pengaruh postingan amaryllis_hijab pada media sosial instagram terhadap gaya busana hijabers mahasiswi fakultas Ushuluddin adab dan

⁵⁷ Hasnawati S, mahasiswi fakultas ushuluddin adab dan dakwah, wawancara di gedung N FUAD tanggal 27 juni 2022.

dakwah adalah dengan mengikuti akun instagram @Amaryllis_Hijab membuat mahasiswi mengetahui gaya berhijab yang *trend* , dengan adanya postingan tersebut Hal yang sama juga di katakan oleh salah satu mahasiswi Pengembangan masyarakat islam Haera pasera :

mahasiswi bisa mengikuti gaya berhijab yang rapi , sopan dan sesuai dengan perkembangan zaman sehingga tidak kelihatan gaya jadul (Jaman dahulu).

Berikut adalah hasil wawancara dengan informan mahasiswi Jurnalistik Islam

(JI) Sri Radianingsi salma.

“Yang menjadi ketertarikan pada postingan @Amaryllis_Hijab adalah pada postingannya, juga selalu memposting jenis hijab dengan berbagai varian warna yang cantik dan motif-motif yang menarik. Juga menjelaskan bagaimana cara pemakaian hijab yang mudah simple . dengan postingan yang seperti itu saya jadi terinspirasi untuk menggunakan amaryllis_Hijab”

Berikut adalah hasil wawancara dengan informan mahasiswi Jurnalistik Islam

(JI) Musdalifah.

“postingan Amaryllis Hijab sangat berpengaruh karena dengan adanya postingan Amaryllis_Hijab saya bisa mengetahui bedanya gaya hijab yang dulu sama sekarang, kalo dulu Cuma pakai kerudung masukan jarum pentul selesai, sedangkan sekarang banyakmi model hijab *trend*. ”⁵⁸

Haera pasera salah satu mahasiswi pengembangan masyarakat islam (PMI) mengatakan bahwa postingan pada akun @Amaryllis_Hijab berpengaruh terhadap gaya busana mahasiswi karena bisa membedakan gaya dulu sama gaya hijab yang sedang *trend*.

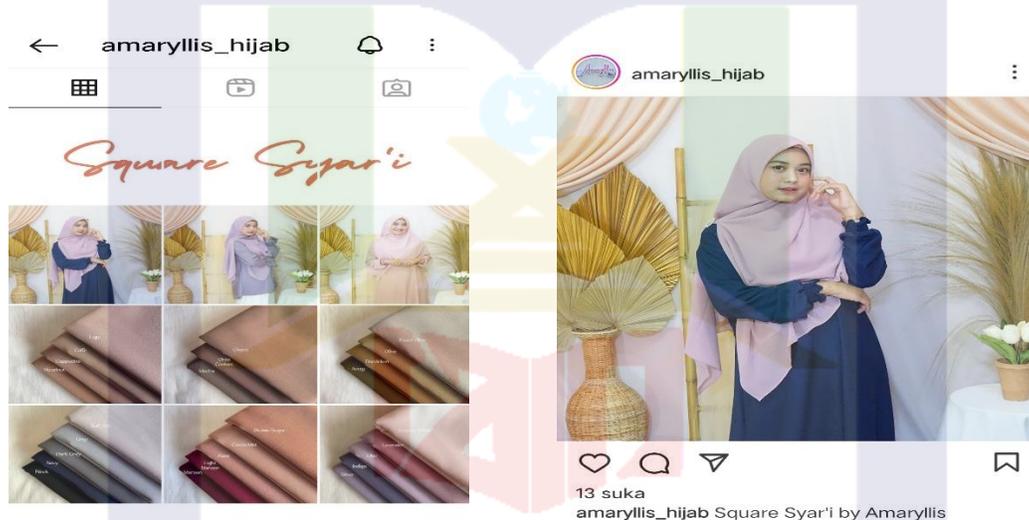
2.Model Hijab dan kebutuhan

⁵⁸ Musdalifah, mahasiswi fakultas ushuluddin adab dan dakwah, wawancara di gedung N FUAD tanggal 27 juni 2022.

Postingan pada akun @Amaryllis_hijab menyediakan jilbab untuk berbagai keperluan seperti untuk kuliah, kantor, kerja, sekolah, pesta dan olahraga dengan desain yang modern dengan harga yang terjangkau. Tersedia pula hijab berbagai warna, polos, dan motif. Kualitas hijab yang ditawarkan sangat berkualitas dengan kain dan bahan terbaik seperti bella square, motif motif voal dan berbagai merek hijab seperti umama, rabbani, voal, bella dan lainnya.

Postingan pada akun @Amaryllis_Hijab menawarkan berbagai Hijab seperti :
a).Hijab Square syari

Gambar 08



Model postingan Hijab Square Syar'I @Amaryllis_Hijab
Sumber : Unggahan @Amaryllis_Hijab dalam Instagram 2023

Hijab syar'i adalah pakaian syar'i (menurut syariat) bagi wanita muslimah, yaitu pakaian yang tidak berwarna cerah, berupa baju yang dijepit, tidak membentuk lekuk tubuh, tidak transparan dan dilengkapi dengan selendang yang menutupi bagian bokong.

Pashmina adalah salah satu model hijab yang memiliki kain dengan ukuran panjang sehingga bisa dengan mudah untuk dibentuk sedemikian rupa.⁶⁰ Jilbab Phasmina adalah jilbab yang berbentuk persegi panjang, cara pemakaiannya sangat beragam ada yang di lilitkan di belakang leher, ada yang hanya menyilangkannya di leher. Jilbab pashmina pada @Amaryllis_Hijab saat ini tersedia dengan berbagai macam motif dan bahan. Bahan yang di gunakan @Amaryllis_Hijab adalah bahan baby doll. Motif full colour dan penuh corak menjadi pilihan mahasiswi-mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab dab Dakwah (FUAD) IAIN Parepare.

c).Bergo/jilbab instan



Model postingan Hijab Daily Bergo @Amaryllis_Hijab
Sumber : Unggahan @Amaryllis_Hijab dalam Instagram 2023

Bergo adalah kerudung instan dengan cara pakai yang sangat praktis yang memiliki banyak motif dan varian. Cara pakainya yang simple membuat kaum

⁶⁰ <https://www.popmama.com/life/fashion-and-beuty/nisrma-salma/tutorial-hijab-pashmina-yang-mudah-dan-sylish>. Diakses tanggal 04 oktober 2022

muslimah sering menggunakan kerudung satu ini untuk kegiatan yang santai baik itu dirumah maupun kegiatan diluar rumah.⁶¹

d).Hijab segi empat (Khanza Square)

Gambar 11



Model postingan Hijab Khanza Square @Amaryllis_Hijab
Sumber : Unggahan @Amaryllis_Hijab dalam Instagram 2023

Hijab segi empat (Khanza Square) merupakan kain berbentuk selendang yang dipakai perempuan muslim untuk menutupi rambut, leher, dan dada.⁶² Jilbab segi empat adalah jilbab yang berbentuk persegi empat, cara penggunaannya bermacam-macam, ada yang di lipat menjadi segi tiga atau di lipat menjadi persegi panjang. Jilbab segi empat bermacam-macam modelnya, jilbab paris polos, jilbab segi empat motif dan bahan yang digunakan @Amaryllis_Hijab adalah bahan polly cotton.

⁶¹ <https://www.blibli.com/jual/kerudung;bergo>. Diakses tanggal 03 oktober 2022

⁶² <https://iprice.co.id/pakaian/jilbab/segi/empat/>. Diakses tanggal 04 oktober 2022

e). Pashmina Plisket

Gambar 11



Model postingan Hijab Pashmina Plisket @Amaryllis_Hijab
Sumber : Unggahan @Amaryllis_Hijab dalam Instagram 2023

Pashmina Plisket adalah pashmina dengan bahan ceruty baby doll yang sangat nyaman ketika digunakan mudah dibentuk.

Seperti yang disampaikan oleh Haerapasera (mahasiswa semester 3 prodi PMI) yang menyatakan bahwa :

”jilbab saat ini yang suka saya pakai ke kampus dan trend di mahasiswa adalah jilbab pashmina plisket dari produk @Amaryllis_Hijab, alasan saya memakai pashmina plisket dari amaryllis_hijab karena bahan yang adem buat dipake sehari-hari, mudah dibentuk dan pinggirannya dijahit rapi”⁶³

Postingan amaryllis_Hijab pada media sosial instagram sangat berpengaruh terhadap gaya hijab mahasiswa fakultas ushuluddin adab dan dakwah karena membantu mahasiswa dalam meningkatkan kemampuan mereka mengenai tata cara berhijab yang rapi, dan membuat mahasiswa mengetahui hijab yang sudah trend pada era ini.

⁶³ Haerapasera, mahasiswa fakultas ushuluddin adab dan dakwah, wawancara di kampus IAIN Parepare tanggal 27 juni 2022.

Dari hasil wawancara dengan Nur Asiah terdapat hasil yaitu adanya kebutuhan *Followers* dalam ketertarikannya menggunakan produk Amaryllis_Hijab.

“Postingan Amaryllis hijab itu menarik karena didalamnya terdapat banyak jenis hijab dan model hijab yang modern, sehingga mahasiswi mengetahui hijab yang trend sehingga mahasiswi mendapat inspirasi dalam menggunakan hijab sesuai dengan keinginan individualnya”

Gaya berhijab merupakan sebuah *trend* mode dan identik dengan sebuah keindahan, dan membantu mahasiswi mendapatkan inspirasi dalam menggunakan hijab sesuai dengan keinginan individualnya karena gaya hijab yang macam-macam di internet. Hal yang sama juga dikatakan oleh salah satu mahasiswi pengembangan masyarakat islam (PMI) Nurul.

”Sangat berpengaruh sekali kak, melihat banyaknya mahasiswi fakultas ushuluddin adab dan dakwah yang memakai produk dari Amaryllis_hijab , jenis hijab yang sering mahasiswi pakai dikampus adalah pashmina dan bella square dari amaryllis_Hijab.⁶⁴

Postingan pada akun amaryllis_Hijab sangat mempengaruhi mahasiswi fakultas ushuluddin adab dan dakwah karena postingan-postingan Amaryllis_Hijab tentang hijab-hijab yang sedang trend, sehingga mahasiswi tertarik menggunakan produk dari Amaryllis_Hijab Dan mengikuti gaya berhijab yang simple seperti menggunakan bella square dan pashmina yang dilingkarkan ke belakang kepala.

“Banyak saya lihat mahasiswi FUAD menggunakan hijab dari @Amaryllis_Hijab, kalau saya pribadi alasan menggunakan Amaryllis_Hijab karena amaryllis_Hijab menyediakan banyak jenis hijab dan motif-motif yang menarik ,jenis hijab @amaryllis yang sekarang saya pakai itu jenis bella square,cocok digunakan kekampus dan hijabnya juga mudah dibentuk,ditambah pinggiran pada hijabnya dijahit dengan rapi”

Kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa Postingan @Amaryllis_Hijab mempengaruhi mahasiswi karena pada postingan @Amaryllis_Hijab menyediakan

⁶⁴ Nurul, Mahasiswi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, Wawancara di gedung N Fuad tanggal 01 Juli 2022.

banyak jenis hijab dan motif yang menarik mudah dibentuk, cocok digunakan ke kampus dan pinggiran hijab yang dijahit rapi.

3. Banyaknya *Followers*

Akun instagram @Amaryllis_hijab pada tanggal 06 februari 2023 telah memposting produk berjumlah 253 postingan berupa foto dan video rells, dengan 19.4RB *followers* dan 190 *following*. Owner dari akun @Amaryllis_hijab, akun ini lebih banyak *followers* daripada *following* karena admin instagram @Amaryllis_hijab hanya mengikuti (*following*) akun-akun resmi saja dan akun-akun instagram dari reseller Amaryllis_hijab. Admin instagram lebih memilih-milih mana akun instagram yang harus di *follow* dan mana yang tidak. akun ini terbuka sehingga siapa saja dapat memberikan komentar .⁶⁵

“Faktor yang paling berpengaruh pada akun @Amaryllis_Hijab pada produk hijab di media sosial instagram adalah dilihat dari berapa banyak jumlah *followers* pada akun instagramnya, karena banyaknya *followers* di dalam akun tersebut dapat mempengaruhi *followers* lainnya untuk mempercayai akun tersebut“

Hal yang sama juga dikatakan juga dikatakan oleh mardatillah salah satu mahasiswi Bimbingan Konseling Islam (BKI).

” Alasan memilih akun instagram @Amaryllis_Hijab sebagai sumber informasi dalam Referensi hijab karena akun @Amaryllis_Hijab memiliki banyak *followers* sehingga sangat mempengaruhi mahasiswi dalam memilih media informasi dalam mencari referensi hijab.”⁶⁶

⁶⁵ Eka Nanda wulandari”Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun Instagram @Hijaberscommunityofficial”Skripsi (Sarjana;Fakultas Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2016)

⁶⁶ Mardatillah, Mahasiswi Fakultas ushuluddin adab dan dakwah, wawancara di kampus IAIN parepare tanggal 27 juni 2022.

Kutipan yang diungkapkan salah satu mahasiswi Bimbingan Konseling Islam (BKI) Khairunnisa rahman mengatakan bahwa Informan mahasiswi mengetahui bahwa akun @Amaryllis_Hijab adalah akun online store hijab yang memiliki paling banyak *followers* di kota parepare dan menjadikan alasan dalam memilih akun tersebut dalam mencari informasi tentang hijab.seperti yang dikatakan oleh saudari khairunnisa rahman bahwa semakin banyak followers, seseorang pun menjadi ingin tau dan terlibat didunia nyata maupun didunia virtual.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa fitur yang digunakan dalam postingam @Amaryllis_Hijab yaitu *Followers* , *Unggahan foto*, *Caption*, *Hastag*, *Stories*.
2. Berdasarkan pada hasil wawancara maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model postingan pada akun amarillys_hijab terdapat beberapa tingkatan pengguna yaitu sebagai referensi dalam berhijab, karena model, dan kebutuhan, dan jahitan yang rapi dan model hijab.

B. SARAN

Dengan terselesaikan skripsi ini, peneliti ini menyampaikan beberapa saran dengan masukan sebagai berikut:

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna untuk mahasisiwi atau mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan dengan topik yang sama. Peneliti berharap agar topik dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keinginan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

AL-Qur'an Al-Karim

- Annisa Ainussalma “*Pengaruh Fashion Style Dalam Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswi*”(Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2020).
- Amanda Putri Santoso,”*Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita*”(Skripsi Sarjana : Fakultas Teknologi Industri : Institute Teknologi Sepuluh November Surabaya 2017).
- Arum Aprilia Herwina,”*Pengaruh Akses Iklan Pada Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah Iain Ponorogo Semester Genap Tahun Akademik 2016/2017*”,(Skripsi Sarjana; Komunikasi Dan Penyiaran Islam ,Fakultas Ushuluddin,Adab Dan Dakwah,Institus Agama Islam Negeri Ponorogo, 2017)
- Cut Dhien Nourwahida,”*Peran Media Online Terhadap Fashion Hijab Pada Mahasiswi Prodi Pendidikan Ips, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*”(Jurnal;Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018)
- Denis MC Quail, *Teori Komunikasi massa suatu pengantar*, (Cet IV, PT, GeloraAksara Pratama,1996), h4
- Diah Lailatul Awallia,” *Fakultas Syariah IAIN Ponegoro Pengaruh Testimoni Dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui*

Media Sosial Instagram Mahasiswa”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponogoro, 2018).

Djam’an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Alfabeta, Cetakan ke 7, April 2017), h. 14

Dr.Rulli Nasrullah,M.Si.*Media Sosial*,(PT Remaja Rosdakarya Bandung,2015)h11

Eka Nanda Wulandari,”*Popularitas Fashion Hijab Melalui Akun @Hijabercommunityofficial*, (Skripsi Sarjana:Fakultas Ilmu Dakwah Dan Komunikasi, Institut Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,2006

<https://m.liputan6.com/hot/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah/diakses-12-11-2021>.

<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>

Haris Hardiansyah, *wawancara, observasi,dan focus groups,sebagai instrument Penggalan Data Kualitatif* (Jakarta:PT Rajangrafindo Persada,2013),h.132

Halimatus sa’diyah”peran tutorial hijab terhadap performance mahasiswi prodi perbankan syari’ah IAIN jember”skripsi sarjana; Fakultas dakwah jurusan manajemen dan penyiaran islam , institute agama islam negeri (IAIN) JEMBER, 2016)

Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 180

Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, Cetakan kedelapan,1997), h.135

Moh, Krisan,*Metodologi penelitian Kualitatif-Kualitatif*,(Cet. II, Yogyakarta: UIN MALIKI PERSS, 2010),355

Muhammad Mufid,M.Si, “*komunikasi dan regulasi penyiaran*” (Jakarta Kencana,2007), h 22

Mochamad Rochmanur Romadhoni,”*Kepuasan Followers Dalam Mengakses Akun Instagram Kuliiner @Kokobuncit*”(Skripsi Sarjana: Ilmu Komunikasi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya 2020)

Nur Fitriatus Sholihah,”*Reception Analysis Pada Akun Instagram Ootdijab Nusantara Di Kalangan Remaja*”(Skripsi Sarjana : Fakultas ilmu komunikasi , Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Syrabaya , 2016).

- Nurjannah,"*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswi Melakukan Pembelian Jilbab Secara Online (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016)*",(Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2019).
- Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Social dan Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara,2007
- Rassel Aisyah,"Pengaruh Influencer Berhijab Dan Kualitas Informasi Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Pada Mahasiswi Berhijab"(Jurnal;Universitas Sebelas Maret Surakarta,2020).
- Sulfiana Rahmat,"Pengaruh Penggunaan *Online Shop* Terhadap Minat Beli Mahasiswa STAIN Parepare."(Skripsi Sarjana; Fakultas Dakwah Dan Komunikasi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare,2016).
- Sugiyoni, *Metode Penelitian Pendidikan*, h. 269
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. XXVIII; Bandung Alfabeta, 2018), h. 244
- Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Parepare: Departemen Agama, 2013), h.26
- Safinatun Nisa "Pengaruh Trend Hijab Instagram Di Tahun 2016 Terhadap Gaya Berbusana Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya," Skripsi Sarjana ;Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2016).
- Siti Arvanitha "*Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar*"(Skripsi Sarjana:Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019).
- Saskia Rara Amiyati Hamzah R, "*Peran Pondok Pesantren Al-Urwatul Wutsqa Dalam Penanaman Nilai-Nilai Islam Dan Budaya Lokal Di Masyarakat Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang*"(Skripsi Sarjana:Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah : Institute Agama Islam Negeri Parepare 2020)
- Tim Penyusun, *pedoman Penelitian Karya Ilmiah (makalah dan skripsi)*,Edisis Revisi (Parepare STAIN parepare, 2013), h. 34
- Tim Penyusun, *pedoman Penelitian Karya Ilmiah (makalah dan skripsi)*,Edisis Revisi (Parepare STAIN parepare, 2013), h. 34
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002). H.611

Wiwit Nurhaida,"*Pengaruh Instagram Terhadap Gaya Busana Hijab di Kalangan Remaja*",(Skripsi Sarjana; Program Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta 12240).

Werner j. severin, teori komunikasi,(PT dian rakyat, Jakarta 2009) h 458





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 02. Surat Izin Meneliti dari Fakultas

 **KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telpun (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- 1026 /In.39.7/PP.00.9/05/2022 Parepare, 31 Mei 2022
Lamp : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Walikota Parepare
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare menerangkan bahwa:

Nama : RAHMAWATI
Tempat/Tgl. Lahir : Karangan, 17 Juni 2000
NIM : 18.3600.028
Semester : VII
Alamat : Karangan

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di Daerah **Kota Parepare** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

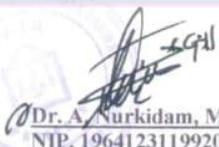
PENGARUH POSTINGAN AMARILLYS_HIJAB DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP GAYA BUSANA MUSLIMAH HIJABERS MAHASISWI IAIN PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Mei 2022 S/d Juni 2022.

Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb

Dekan,

Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP. 196412311992031045

Lampiran 03. Surat Rekomendasi Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

| | | |
|--|---|--|
|  | | SRN IP0000375 |
| PEMERINTAH KOTA PAREPARE DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU <i>Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmtspp@pareparekota.go.id</i> | | |
| REKOMENDASI PENELITIAN Nomor : 376/IP/DPM-PTSP/6/2022 | | |
| Dasar : <ol style="list-style-type: none">1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.3. Peraturan Walikota Parepare No. 45 Tahun 2020 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. | | |
| Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu : | | |
| MENGIZINKAN | | |
| KEPADA NAMA | : | RAHMAWATI |
| UNIVERSITAS/ LEMBAGA | : | INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN), KOTA PAREPARE |
| Jurusan | : | JURNALISTIK ISLAM |
| ALAMAT | : | KARANGAN, KECAMATAN BUNTU BATU, KABUPATEN ENREKANG |
| UNTUK | : | melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut : |
| JUDUL PENELITIAN | : | PENGARUH POSTINGAN AMARYLLIS HIJAB DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP GAYA BUSANA MUSLIMAH HIJABERS MAHASISWI IAIN PAREPARE |
| LOKASI PENELITIAN | : | INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN), KOTA PAREPARE |
| LAMA PENELITIAN | : | 14 Juni 2022 s.d 14 Juli 2022 |
| a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung | | |
| b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan | | |
| Dikeluarkan di: Parepare | | |
| Pada Tanggal : 16 Juni 2022 | | |
| KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE | | |
|  | | |
| Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM | | |
| Pangkat : Pembina (IV/a) | | |
| NIP : 19741013 200604 2 019 | | |
| Biaya : Rp. 0.00 | | |

Lampiran 04. Surat Keterangan Telah Meneliti

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI
Nomor : B- 104 /In.39.4/PP.00.9/08/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala Biro AUAK Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan sesungguhnya bahwa :

Nama : RAHMAWATI
Tempat/Tanggal Lahir : Karangn, 17 Juni 2000
Nim : 18.3600.028
Fakultas/ Prodi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Jurnalistik Islam
Alamat : Karangn, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang.

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di IAIN Parepare dengan Judul Skripsi :
"PENGARUH POSTINGAN AMRYLLIS HIJAB DI MEDIA SOSIAL ISTAGRAM TERHADAP GAYA BUSANA MUSLIMAH HIJABERS MAHASISWI IAIN PAREPARE"
Mulai tanggal 14 Juni s/d. 14 Juli 2022.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

21 Agustus 2022

Kepala Biro AUAK
Koordinator Umum
Muhammad Arsyad



| | |
|---|--|
|  | <p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p> |
| | <p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p> |

| | |
|----------------|--|
| NAMA MAHASISWA | : Rahmawati |
| NIM | : 18.3600.028 |
| FAKULTAS | : Ushuluddin Adab Dan Dakwah |
| PRODI | : Jurnalistik Islam |
| JUDUL | : Model postingan Amaryllis_Hijab di media sosial <i>instagram</i> terhadap gaya busana hijabers mahasiswi FUAD” |

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah anda mengikuti akun instagram Amaryllis_Hijab?
2. Fitur apa yang digunakan Amaryllis_Hijab dalam instagramnya?
3. Dari beberapa jenis hijab yang dikeluarkan Amaryllis_Hijab, Jenis hijab apa yang sering digunakan Mahasiswi FUAD?
4. Apa yang mempengaruhi anda sehingga menggunakan produk Amaryllis_Hijab?
5. Apa yang menjadi daya tarik produk Amaryllis_Hijab sehingga banyak diminati mahasiswi?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

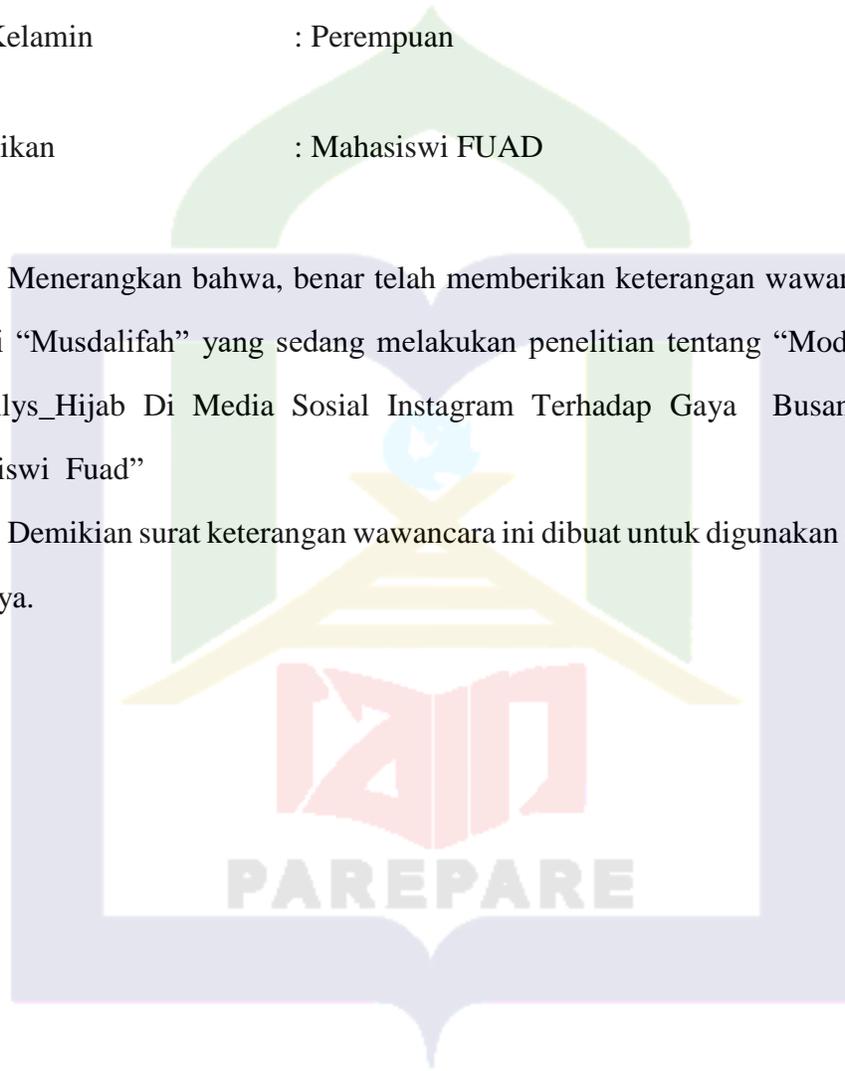
Nama Narasumber : Musdalifah

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

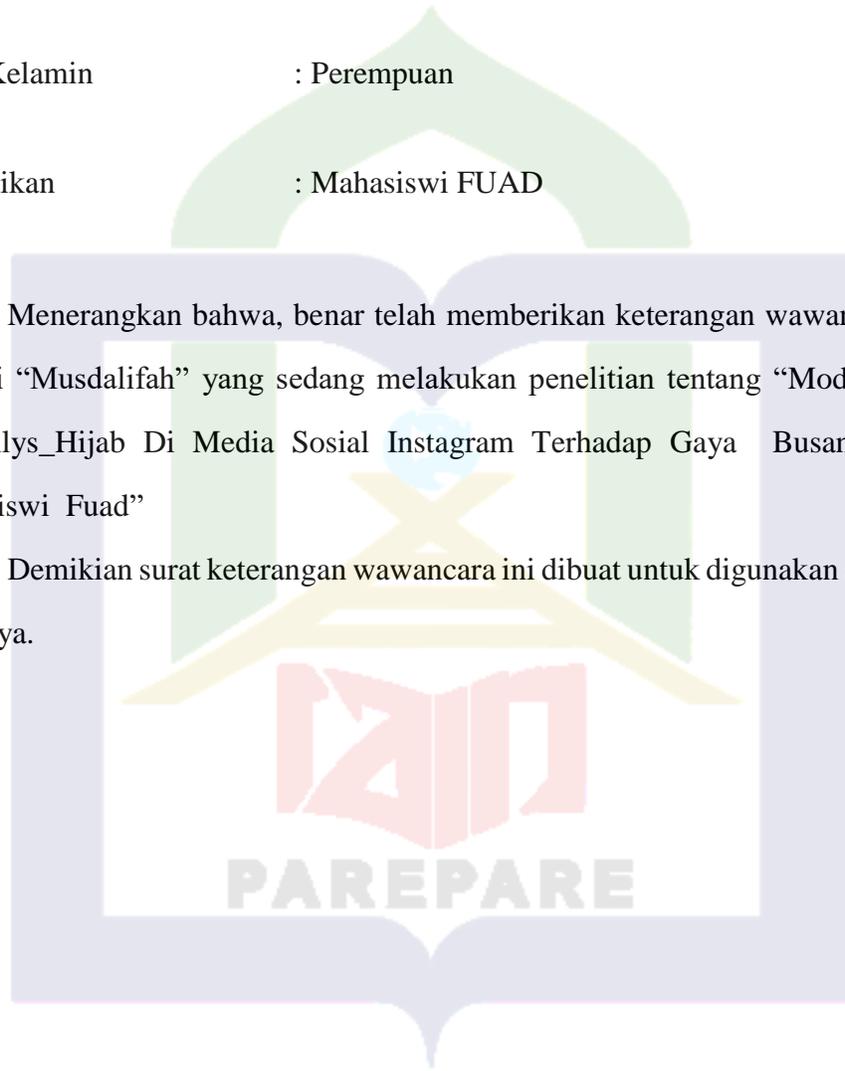
Nama Narasumber : Mardhatillah

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

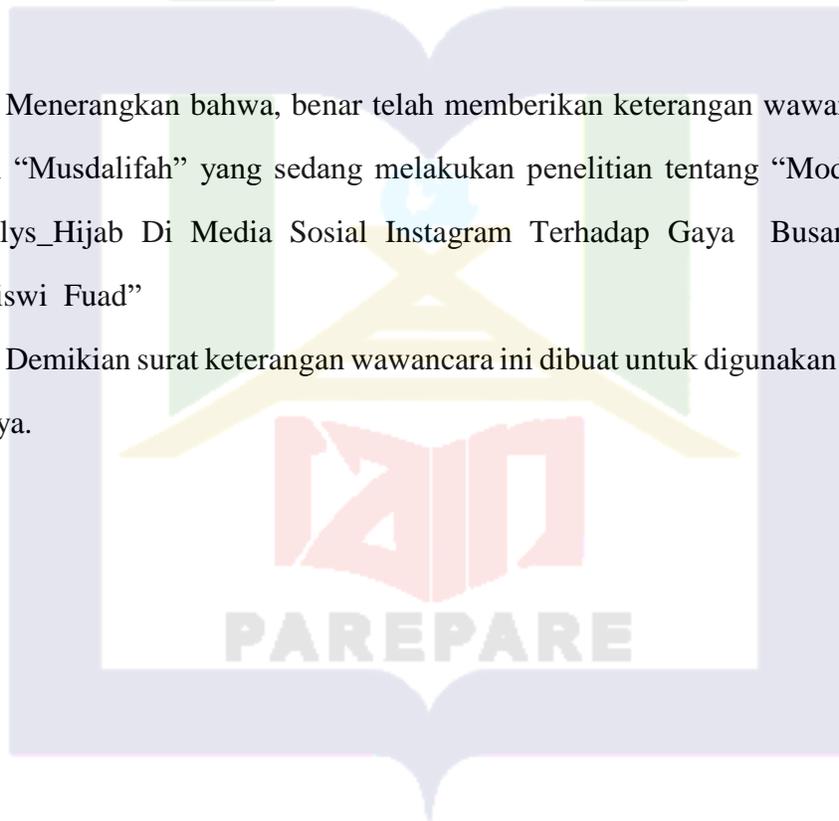
Nama Narasumber : Uswatun Khasanah

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Narasumber : Herah Pasera

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Narasumber : Nur Asiah

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Narasumber : Khairunnisa Rahman

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Narasumber : Sri Radianigsi Salma

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Narasumber : Nurul Khadijah

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Narasumber : Hasnawati S

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan : Mahasiswi FUAD

Menerangkan bahwa, benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari “Musdalifah” yang sedang melakukan penelitian tentang “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswi Fuad”

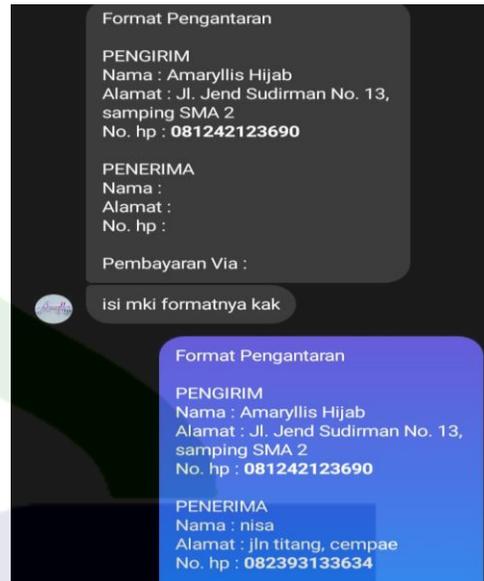
Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

DOKUMENTASI PENELITIAN

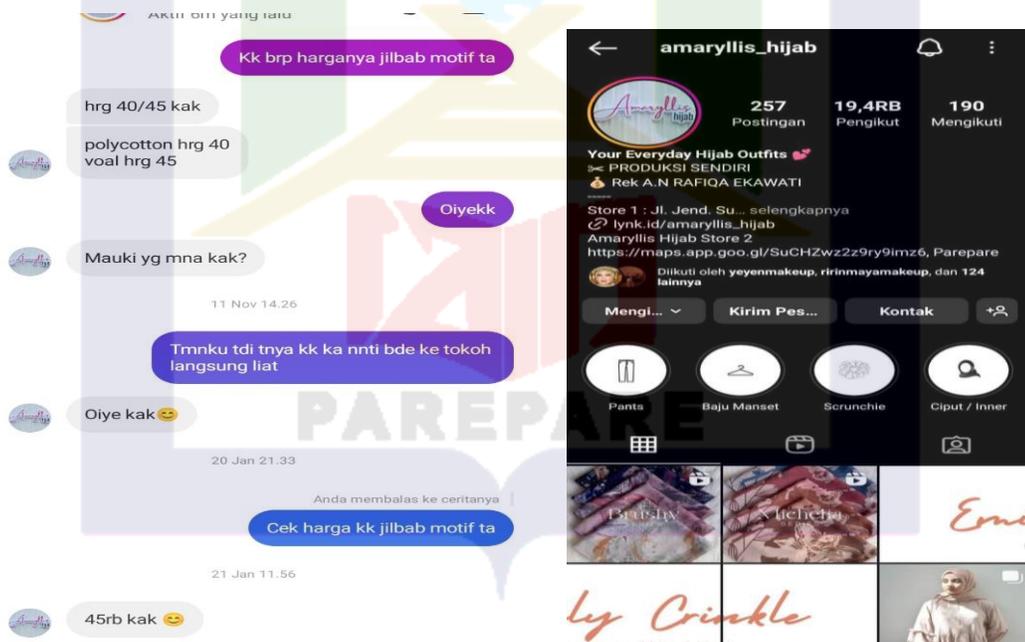
Lampiran 1: Screenshot Hera Pasera
Bukti Pemesanan Hijab Bella Square di Instagram @Amaryllis_Hijab



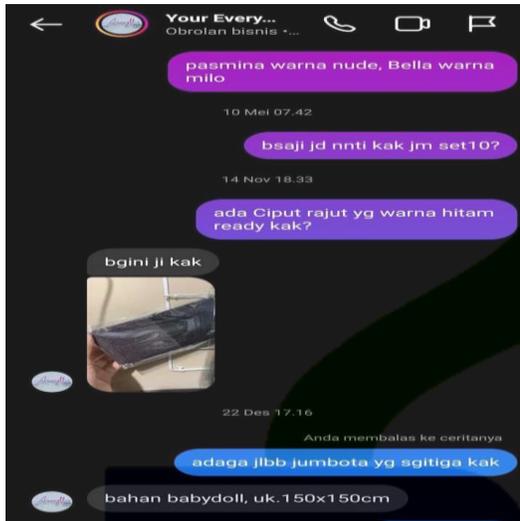
Screenshot Khairunnisa Rahman
Bukti Pemesanan Hijab Pashmina Inner di Instagram @Amaryllis_Hijab



Screenshot Musdalifah
Bukti Pemesanan Hijab Motif di Instagram @Amaryllis_Hijab



Screenshot Mardhatillah
Bukti Pemesanan Pashmina dan Jumbo segitiga di Instagram @Amaryllis_Hijab



← amaryllis_hijab 🔔 ⋮

 258 19,4RB 190
Postingan Pengikut Mengikuti

Your Everyday Hijab Outfits ❤️
∞ PRODUKSI SENDIRI
💰 Rek A.N RAFIQA EKAWATI

Store 1 : Jl. Jend... selengkapnya
🔗 lynk.id/amaryllis_hijab
Amaryllis Hijab Store 2
<https://maps.app.goo.gl/SuCHZwz2z9ry9imz6>,
Parepare

 Diikuti oleh yeyenmakeup, ririnmayamakeup,
dan 21 lainnya

Men... ▾ Kirim P... Kontak +👤



BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama lengkap **RAHMAWATI** lahir di Karang. Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 17 Juni 2000. Penulis merupakan anak ke 1 dari 5 bersaudara dari pasangan Arifin (Ayah) dan Rasining (ibu). Penulis sekarang bertempat tinggal di desa karangan kecamatan buntu batu kabupaten Enrekang. Penulis memulai pendidikan di SDN 186 Karang (2012), kemudian melanjutkan pendidikannya di SMPN Satap 5 Baraka (2015), kemudian melanjutkan pendidikannya di SMKN 2 Parepare (2018), kemudian melanjutkan ke jenjang pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN). Pada tahun 2018 sampai dengan penulisan skripsi, masih terdaftar sebagai mahasiswa program sarjana (S1) pada program studi Jurnalistik Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Dengan ketekunan serta motivasi dan doa tulus dari keluarga, bantuan dosen pembimbing, dosen penguji, Dosen FUAD, serta teman-teman Jurnalistik Islam angkatan 2018. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Semoga skripsi yang berjudul “Model Postingan Amarillys_Hijab Di Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Busana Hijabers Mahasiswa Fuad.” ini dapat memberi manfaat seluas-luasnya.