

**RESPONS PENGIKUT (*FOLLOWERS*) TERHADAP FOTO (*FEED*)  
MEDIA SOSIAL SEBAGAI REFERENSI FESYEN  
(Analisis Deskriptif Kualitatif pada Konten Akun Instagram *Fashion Stylist*  
@Arkhooy)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh:**

**PRATIWI DWI JAYANI BR PURBA**

**13 090 5186/KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**RESPONS PENGIKUT (*FOLLOWERS*) TERHADAP FOTO (*FEED*)  
MEDIA SOSIAL SEBAGAI REFERENSI FESYEN  
(Analisis Deskriptif Kualitatif pada Konten Akun Instagram *Fashion Stylist*  
*@Arkhooy*)**

**SKRIPSI**


Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

PRATIWI DWI JAYANI BR PURBA

No. Mhs: 130905186 / KOM

Disetujui oleh:

  
Pupung Arifin, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Respons Pengikut (Follower) Terhadap Foto (Feed) Media Sosial Sebagai Referensi Fesyen (Analisis Deskriptif Kualitatif Konten Akun Instagram Fashion Stylist @Arkhooy)*

Penyusun : Pratiwi Dwi Jayani Br Purba

NIM : 13 09 05186

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/tanggal : Rabu, 08 Januari 2020

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran

### TIM PENGUJI

Yohanes Widodo M.sc.  
Penguji Utama

Pupung Arifin, S.Sos, M.Si.

Penguji I

Ranggabumi Nuswantoro, S.sos, M.A.  
Penguji II



*(Handwritten signatures of the examiners)*

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Pratiwi Dwi Jayani Br Purba  
Nomor Mahasiswa : 13 09 05186  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : *Respons Pengikut (Follower) Terhadap Foto (Feed) Media Sosial Sebagai Referensi Fesyen (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Konten Akun Instagram Fashion Stylist @Arkhooy)*

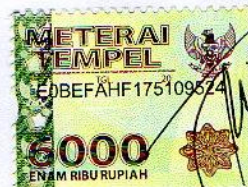
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini saya benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran saya sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 19 Desember 2019

Saya yang menyatakan



(Pratiwi Dwi Jayani BR Purba)

No. Mhs: 13 09 05186/KOM

**RESPONS PENGIKUT (*FOLOWERS*) TERHADAP FOTO (*FEED*) MEDIA  
SOSIAL SEBAGAI REFERENSI FESYEN  
(Analisis Deskriptif Kualitatif pada Konten Akun Instagram *Fashion Stylist*  
*@Arkhooy*)**

**ABSTRAK**

Respons merupakan istilah psikologi yang digunakan untuk menyebutkan reaksi terhadap rangsangan yang diterima indera. Respons adalah tingkah laku yang berwujud baik sebelum pemahaman mendetail, penelitian, pengaruh atau penolakan, suka atau tak suka serta pemanfaatan sesuatu pada fenomena tertentu. Fokus pada penelitian ini untuk melihat berbagai macam reaksi atau respons yang dihasilkan komunikasi lewat stimulan yang diterimanya lewat media sosial instagram.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan akun *@Arkhooy* sebagai objek penelitian. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode penelitian yang digunakan merupakan deskriptif kualitatif untuk dapat mendeskripsikan dan menggambarkan sebuah fenomena yaitu respons pengikut terhadap pemanfaatan foto (*feed*) *@Arkhooy* sebagai referensi fesyen baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia tentang karakteristik ini.

Hasil akhir penelitian ini menyimpulkan bahwa, terdapat berbagai macam respons hingga tindakan yang terjadi oleh komunikasi yaitu pengikut akun. Macam-macam respons ini terjadi berdasarkan penalaran dan pengalaman terhadap pesan yang dilihat melalui indera. Faktor lingkungan juga mempengaruhi respons tersebut. Tindakan yang terjadi pada pengikut pada umumnya berbentuk penerimaan terhadap stimulan yang diperoleh dan diakui sebagai sumber referensi fesyen oleh pengikut instagram

**Kata Kunci: Respons, Instagram, Referensi, Fesyen**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

“And, when you want something,  
all the universe conspires in helping you to  
achieve it.”

– **Paulo Coelho, The Alchemist**

## KATA PENGANTAR

Terima kasih saya ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kelancaran maupun tantangan dalam proses penyelesaian penelitian skripsi yang berjudul *Respons Pengikut (Follower) Terhadap Foto (Feed) Media Sosial Sebagai Referensi Fesyen (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Konten Akun Instagram Fashion Stylist @Arkhooy)* untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Pupung Arifin, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan dan arahnya serta bantuannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Terima kasih kepada Bapak Liasta Purba dan Ibu Riwayatni P. selaku orangtua, atas semangat dan dukungan yang tak dapat digambarkan pada saat mengerjakan skripsi ini.
3. Terima kasih kakak dan adik-adikku Al, Rahman, Shafa dan Seluruh anggota La Familia En Bali yang telah memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Terima kasih kepada ketiga narasumber Gilang Chandra, Widie Ravita, dan Aulia Ichsan yang telah memberikan waktunya dan bersedia membantu dalam penelitian ini.

5. Terima kasih untuk teman-temanku, Grup sambat ceria, Grup pejuang lulus, kalian selalu punya sisi spesial, rumah Kansas dan seluruh isinya, tak bisa menuliskan namamu satu-persatu, dosen-dosen, dan UAJY.
6. Terima kasih juga kepada orang asing yang sempat singgah sekadar bertanya tentang skripsi ini, orang asing di persimpangan jalan yang senyum saat aku berangkat bimbingan, bapak ibu *gojek* dan *grab* yang membantuku untuk sampai ke kampus, dan semua orang memudahkan, mempersulit, dan menyaksikan aku bernafas selama berkuliah.. Terima kasih atas semua pengalaman ini. Kamu dan Yogya luar biasa. Hal baik selalu menyertai langkah kalian. Pengalaman ini sungguh berharga, Semesta mendukung, Semesta bersamamu.

Penulis,

Pratiwi Dwi Jayani

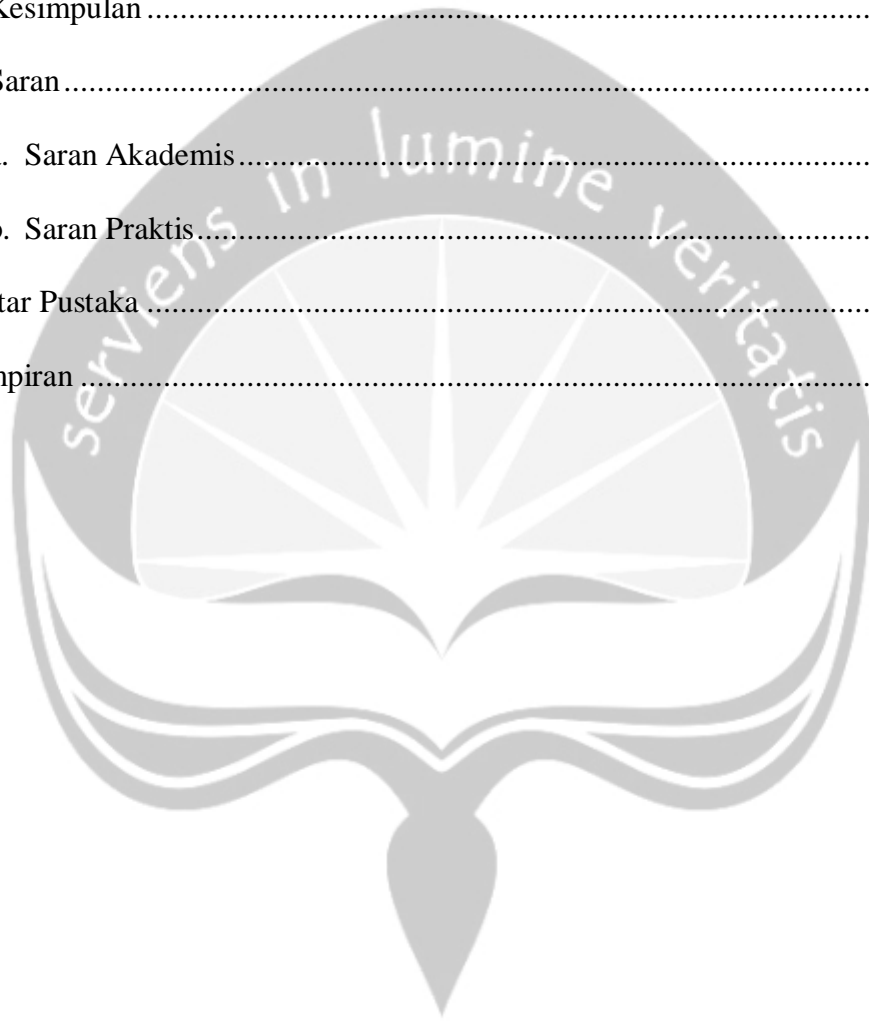


## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Abstrak .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
1. Manfaat Akademis .....	9
2. Manfaat Praktis .....	9
E. Kerangka Teori .....	10
1. Teori S-O-R .....	10
2. Respons .....	12
a. Definisi Respons .....	13

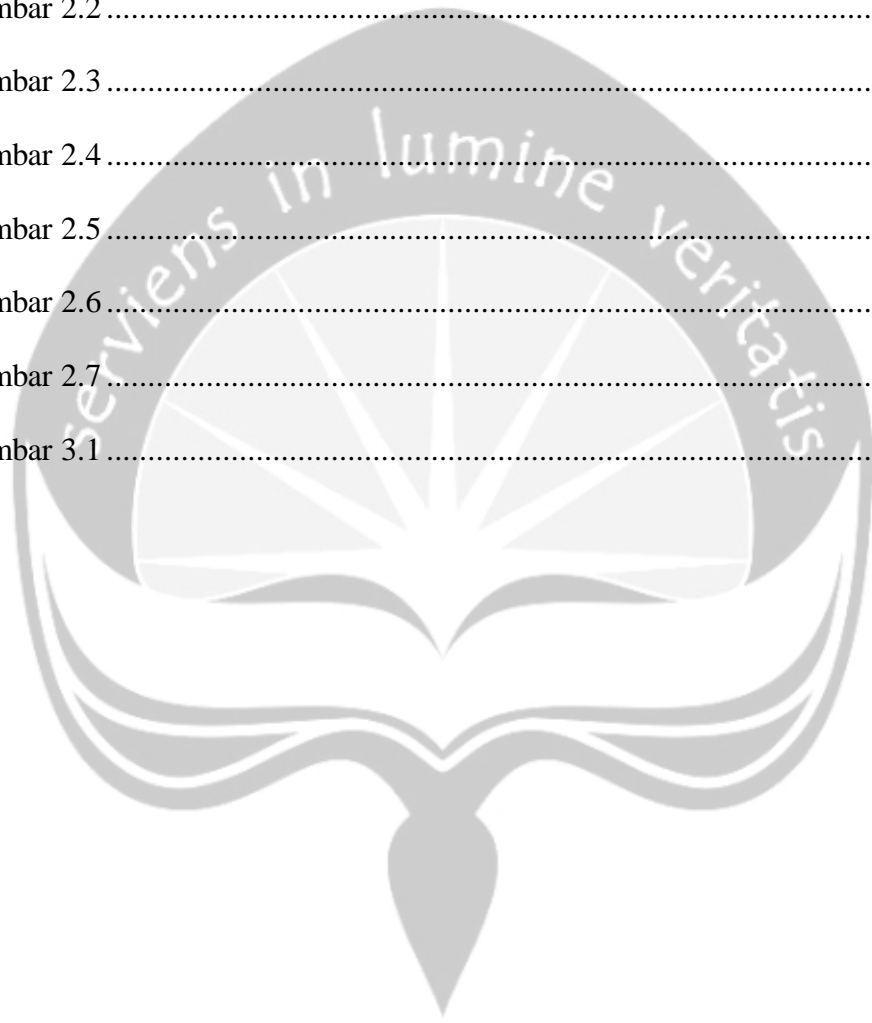
b. Faktor Terbentuknya Respons .....	13
c. Macam-macam Respons.....	14
3. Media Baru .....	16
4. Media Sosial .....	17
5. Instagram.....	18
F. Metodologi Penelitian .....	19
1. Jenis Penelitian .....	19
2. Metode Penelitian .....	20
3. Subjek Penelitian .....	20
4. Teknik Pengumpulan Data .....	21
5. Teknik Analisis Data .....	21
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
A. Instagram Sebagai Refrensi Fesyen .....	23
B. Deskripsi Subyek Penelitian .....	25
C. Deskripsi Akun @Arkhooy .....	28
D. Kriteria Informan .....	30
<b>BAB III TEMUAN PENELITIAN DAN HASIL ANALISIS.....</b>	<b>33</b>
A. Hasil Temuan Penelitian.....	33
1. Respons Pengikut Intagram Sebagai Refrensi Fesyen.....	34
a. Respon Kognitif .....	34
b. Respons Afektif.....	42
c. Respons Konatif.....	45
2. Prinsip Media Baru dalam Akun Instagram sebagai Refrensi Fesyen .....	47

B. Hasil Analisis .....	52
1. Respons Penggunaan Instagram sebagai Refrensi Fesyen.....	53
2. Media Baru Sebagai Refrensi Fesyen .....	60
BAB IV PENUTUP .....	66
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	70
a. Saran Akademis .....	70
b. Saran Praktis.....	70
Daftar Pustaka .....	71
Lampiran .....	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	1
Gambar 1.2 .....	10
Gambar 2.1 .....	25
Gambar 2.2 .....	26
Gambar 2.3 .....	27
Gambar 2.4 .....	29
Gambar 2.5 .....	29
Gambar 2.6 .....	30
Gambar 2.7 .....	30
Gambar 3.1 .....	38



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	5
Tabel 2.1.....	30



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	75
Lampiran 2 .....	78
Lampiran 3 .....	82
Lampiran 4 .....	86

