

JURNAL

**PENGARUH TERPAAN MEDIA *ONLINE WOLIPOP.COM* TERHADAP
PENGETAHUAN TENTANG DUNIA GAYA DAN KECANTIKAN
PADA *MEMBER* FACEBOOK ALUMNI STELLA DUCE I
ANGKATAN 2009**



SKRIPSI

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

Oleh :
Arwindha Putry Dewantary
NIM. 090903954

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2014**

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perempuan begitu sering diidentifikasi dengan konsumsi, secara khusus dengan konsumsi massa (Sue Thornham, 2010 : 172). Seiring dengan berkembangnya zaman, saat ini terjadi pergeseran peran perempuan, perempuan mulai banyak yang bekerja sehingga membuat pola konsumsi media mereka berubah. Aktivitas dan mobilitas yang tinggi membuat perempuan membutuhkan media alternatif sebagai pengganti media cetak dan media elektronik yang dirasa kurang efektif dan efisien. Selama ini media yang menyoroti perempuan dan semua kebutuhan mereka banyak dikuasai oleh media cetak, terutama majalah-majalah seperti Femina, Kartini, Cosmopolitan dan lain sebagainya.

Menyikapi hal tersebut, kini perkembangan teknologi internet mulai bermunculan berita yang menyediakan seputar dunia gaya dan kecantikan perempuan. Pada tahun 2010 telah hadir media *online* yang menjadikan perempuan sebagai target utama mereka yaitu media *online* *Wolipop.com*. *Wolipop.com* merupakan situs berita yang diluncurkan pada tanggal 17 Februari 2010 (sumber: www.wolipop.com). Situs *Wolipop.com* ini menetapkan dirinya sebagai sebuah situs yang khusus membahas seputar dunia perempuan dan tema yang dibahas di dalam situs ini adalah tema-tema yang berkaitan dengan perempuan seperti *fashion, beauty, love, sex, wedding*, dan banyak lagi yang lainnya. *Wolipop.com* merupakan sebuah informasi perempuan modern yang selalu *update* dan akan sangat membantu banyak perempuan dalam mendapatkan informasi seputar dunia gaya dan kecantikan perempuan. *Wolipop.com* merupakan sebuah informasi perempuan modern yang selalu *update* dan akan sangat membantu banyak perempuan dalam mendapatkan informasi seputar dunia gaya dan kecantikan perempuan yang selalu meng-update berita dengan intensitas waktu yang sangat cepat setiap harinya (sumber: www.Wolipop.com diakses pada bulan Juli 2013).

Peneliti mengambil judul pengaruh terpaan media *online* *Wolipop.com* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan pada *member* facebook alumni Stella Duce I Angkatan 2009. Alasan pemilihan tempat penelitian ini dikarenakan *member* Facebook Alumni Stella Duce I merupakan komunitas perempuan yang aktif dalam mengakses *social media* dan selalu mengikuti dunia *fashion* dan kecantikan yang sedang trend saat ini. *Member* Facebook alumni Stella Duce I beranggotakan kaum perempuan yang identik dengan feminisme yang cenderung memiliki ketertarikan terhadap *fashion* dan kecantikan (Joanne, 2010 : 178). Selain itu sifat perempuan yang ingin selalu tampil menarik dan cantik sehingga membutuhkan informasi-informasi yang aktual dan up to date seputar dunia *fashion* dan kecantikan.

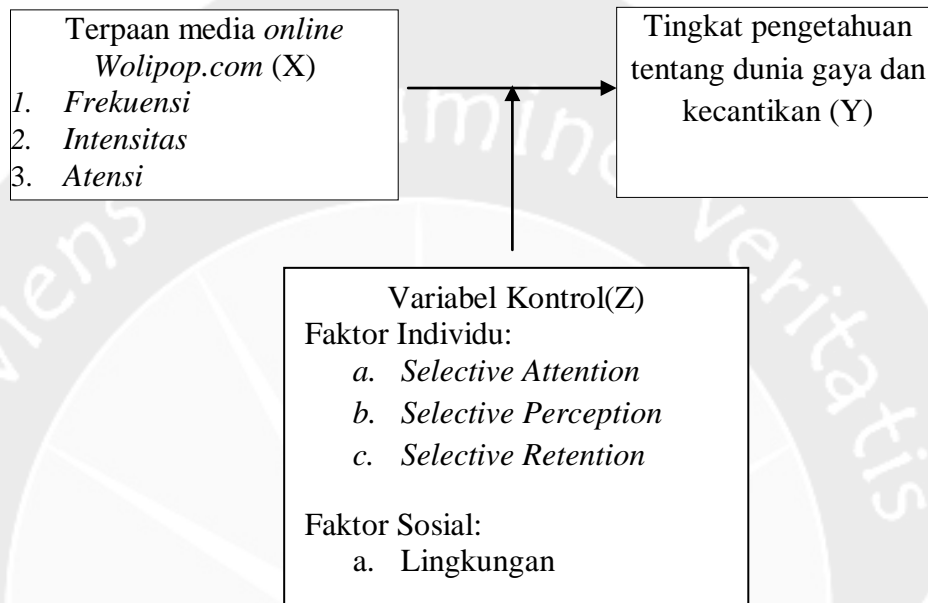
Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh terpaan media *online* *Wolipop.com* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan pada *member* facebook alumni Stella Duce I Angkatan 2009?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui terpaan media *online Wolipop.com* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan pada *member* facebook alumni Stella Duce 1 Angkatan 2009.

Kerangka Konsep



Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka konsep di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Ada pengaruh terpaan media *online Wolipop.com* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan pada *member* facebook alumni Stella Duce 1 Angkatan 2009.
- b. Ada pengaruh terpaan media *online Wolipop.com* yang dikontrol oleh faktor individu dan sosial terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan pada *member* facebook alumni Stella Duce 1 Angkatan 2009.

Definisi Operasional

1. Variabel Bebas (X): terpaan media *online Wolipop.com* meliputi frekuensi, intensitas, dan ketertarikan dalam mengakses media tersebut tentang dunia gaya dan kecantikan perempuan.
2. Variabel Terikat (Y): tingkat pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan adalah pemahaman responden tentang dunia gaya dan kecantikan yang akan mempengaruhinya dalam berbusana dan melakukan perawatan tubuh. Pengukuran variabel tingkat pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan

dengan menggunakan skala guttman yaitu dengan alternatif jawaban benar dengan skor 1 dan jawaban salah dengan skor 0.

3. Variabel Kontrol (Z): Faktor-faktor yang juga ikut mempengaruhi kedua variabel diatas yaitu faktor individu dan faktor sosial.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kuantitatif. Lokasi Penelitian yaitu situs jejaring sosial *member* Facebook Alumni Stella Duce I Angkatan 2009. Populasi dalam penelitian ini adalah semua *member* Facebook Alumni Stella Duce I Angkatan 2009 berjumlah 232 orang. Berdasarkan perhitungan sampel diperoleh jumlah sampel sebanyak 70 orang.

Metode Analisis Data

- a. Uji Validitas
- b. Uji Reliabilitas
- c. Analisis korelasi parsial
- d. Analisis Regresi
- e.

ANALISIS HASIL PENELITIAN

1. Terpaan Media *Online Wolipop.com* (X)

a. Frekuensi mengakses media *online Wolipop.com*

Tabel 1

Deskriptif Frekuensi Mengakses Media *Online Wolipop.com*

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	4	5,7
Sedang	16	22,9
Rendah	50	71,4
Total	70	100,0

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Hasil analisis deskriptif yang terlihat di tabel 3.8 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki frekuensi mengakses media *online Wolipop.com* masuk dalam kategori rendah yaitu sebesar 71,4%, kategori sedang sebesar 22,9% dan kategori tinggi sebesar 5,7%, hasil tersebut berarti bahwa responden memiliki tingkat keseringan yang rendah dalam mengakses media *online Wolipop.com*.

b. Intensitas Mengakses Media *Online Wolipop.com*

Tabel 2

Deskriptif Intensitas Mengakses Media *Online Wolipop.com*

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	11	15,7
Sedang	29	41,4
Rendah	30	42,9
Total	70	100,0

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Hasil analisis deskriptif yang terlihat di tabel 3.12 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki intensitas mengakses media *online Wolipop.com* masuk dalam kategori rendah yaitu sebesar 42,9%, kategori sedang sebesar 41,4% dan kategori tinggi sebesar 15,7%, hasil tersebut berarti bahwa responden memiliki tingkat intensitas yang rendah dalam mengakses media *online Wolipop.com*. Intensitas mengakses media merupakan tingkat durasi atau kedalaman responden dalam mencari sebuah informasi dalam hal ini informasi mengenai dunia gaya dan kecantikan dalam situs *Wolipop.com*, hasil didapatkan sebagian besar responden masuk kategori rendah, hal tersebut disebabkan karena mobilitas responden yang tinggi sehingga responden tidak memiliki durasi waktu yang lama dalam mengakses media, selain itu juga sebagian besar responden ketika mengakses media *online Wolipop.com* fitur yang dibaca tidak selalu pada fashion dan beauty saja melainkan fitur-fitur yang lain sesuai dengan kebutuhan akan informasi.

c. Atensi Mengakses Media Online Wolipop.com

Tabel 3

Deskriptif Atensi Mengakses Media Online Wolipop.com

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	7	10,0
Sedang	37	52,9
Rendah	26	37,1
Total	70	100,0

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Hasil analisis deskriptif yang terlihat di tabel 3.20 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki atensi mengakses media *online Wolipop.com* masuk dalam kategori sedang yaitu sebesar 52,9%, kategori rendah sebesar 37,1% dan kategori tinggi sebesar 10%, hasil tersebut berarti sebagian besar responden cukup berminat dalam mencari informasi mengenai dunia gaya dan kecantikan dengan mengakses media *online Wolipop.com*, dan berdasarkan hasil analisis masing-masing responden memiliki motif yang berbeda-beda dalam mengakses media *online Wolipop*, ada yang hanya sebagai tambahan informasi dan pengetahuan saja dan bahkan ada yang sampai dengan mengikuti setiap fitur fashion dan beauty yang disajikan dalam media tersebut untuk mendapatkan kenyamanan dan percaya diri.

2. Pengetahuan Tentang Dunia Gaya dan Kecantikan (Y)

a. Pengetahuan tentang dunia gaya (Fashion)

Tabel 4

Deskriptif Pengetahuan Responden Tentang Dunia Gaya (Fashion)

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	54	77,1
Sedang	4	5,7
Rendah	12	17,1
Total	70	100,0

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Hasil analisis deskriptif yang terlihat di tabel 3.22 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan tentang dunia gaya (*fashion*) masuk dalam kategori tinggi yaitu sebesar 77,1%, kategori sedang sebesar 5,7% dan kategori rendah sebesar 17,1%, hasil tersebut berarti sebagian besar responden telah memiliki pengetahuan yang baik tentang dunia gaya (*fashion*). Pengetahuan yang dimiliki responden ini berkaitan dengan apa model baju atau pakaian yang sedang trend saat ini, motif pakaian serta penggunaan berbagai aksesoris seperti anting, gelang, cincin, tas dan aksesoris wanita lainnya.

b. Pengetahuan tentang dunia kecantikan (beauty)

Tabel 5

Deskriptif Pengetahuan Responden Tentang Dunia Kecantikan (*Beauty*)

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	43	61,4
Sedang	21	30,0
Rendah	6	8,6
Total	70	100,0

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Hasil analisis deskriptif yang terlihat di tabel di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan tentang dunia kecantikan (*beauty*) masuk dalam kategori tinggi yaitu sebesar 61,4%, kategori sedang sebesar 30% dan kategori rendah sebesar 8,6%, hasil tersebut berarti sebagian besar responden telah memiliki pengetahuan yang baik tentang dunia kecantikan (*beauty*), dunia kecantikan yang dimaksud dalam hal ini adalah pengetahuan responden tentang bagaimana merawat tubuh dan wajah agar tetap terlihat cantik serta teknik-teknik perawatan tubuh yang sedang trend saat ini.

Tabel 6

Deskriptif Pengetahuan Responden Tentang Dunia Gaya (*Fashion*) Dan Kecantikan (*Beauty*)

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	45	64,3
Sedang	24	34,3
Rendah	1	1,4
Total	70	100,0

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Hasil analisis deskriptif yang terlihat di tabel di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan tentang dunia gaya (*fashion*) dan kecantikan (*beauty*) masuk kategori tinggi yaitu sebesar 64,3%, kategori sedang sebesar 34,3% dan pengetahuan kategori rendah sebesar 1,4%. Pengetahuan responden merupakan seberapa banyak informasi yang tersimpan dalam ingatan seseorang menerima sebuah informasi apakah tinggi, sedang maupun rendah, responden yang memiliki ingatan tinggi dapat diartikan bahwa komponen kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan dan keyakinan yang tinggi, menurut Walgito (2004 : 89) komponen kognitif seseorang yang tinggi yaitu

responden mengetahui tentang hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana orang mempunyai objek sikap dan memahami sesuatu konsep dalam semua komponen.

3. Faktor Individu dan Faktor Sosial (Z)

Tabel 7

Deskriptif Faktor Individu dan Faktor Sosial

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	24	34,3
Sedang	39	55,7
Rendah	7	10,0
Total	70	100

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Hasil analisis deskriptif yang terlihat di tabel di atas, menunjukkan bahwa faktor individu dan faktor sosial sebagian besar masuk kategori sedang yaitu sebesar 55,7%, kategori tinggi sebesar 34,3% dan kategori rendah sebesar 10%. Faktor individu merupakan bagaimana responden dalam memperhatikan dan menerima pesan dari media *online Wolipop.com*, apakah sesuai dengan pendapat dan minatnya, jika sesuai maka ia akan menerima pesan tersebut, dan jika tidak sesuai dengan pendapat dan minatnya maka responden akan menghindari atau menolak pesan tersebut, hasil analisis sebagian besar masuk dalam kategori sedang, hal tersebut berarti pesan dari media *online Wolipop.com* tentang dunia gaya dan kecantikan cukup sesuai dan responden cukup berminat dalam menerima pesan dari media tersebut.

Faktor sosial merupakan faktor yang melihat bahwa di dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial yang terbentuk di mana kelompok sosial ini dapat mempengaruhi individu dalam menerima pesan di media massa. Responden dalam penelitian ini merupakan *member* facebook alumni Stella Duce 2009 yang merupakan komunitas perempuan yang aktif dalam mengakses sosial media dan selalu mengikuti dunia fashion dan kecantikan, hasil yang didapatkan juga sebagian besar responden cukup berminat dalam menerima pesan dari media *online Wolipop.com* tentang dunia gaya dan kecantikan, hal tersebut dari faktor sosial dapat dijelaskan bahwa dalam komunitas *member* facebook Stella Duce tersebut selalu mengikuti tentang perkembangan dunia gaya dan kecantikan dan mereka cenderung memiliki kesamaan dalam memandang tentang norma sosial, nilai, dan cara bersikap kepada anggotanya, dan kesamaan tersebut membuat para anggotanya cenderung bereaksi sama dalam merespon pesan-pesan media yang diterima.

Analisis Korelasi Parsial

Tabel 8
Hasil Analisis korelasi terpaan media *online Wolipop.com* dengan pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan yang dikontrol oleh faktor individu dan faktor sosial

Correlations

Control Variables			Terpaan Media Online Wolipop.com (X)	Pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan (Y)	Faktor individu dan faktor sosial (Z)
-none ^a	Terpaan Media Online Wolipop.com (X)	Correlation	1.000	.405	.280
		Significance (2-tailed)	.	.001	.019
		df	0	68	68
	Pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan (Y)	Correlation	.405	1.000	.449
		Significance (2-tailed)	.001	.	.000
		df	68	0	68
	Faktor individu dan faktor sosial (Z)	Correlation	.280	.449	1.000
		Significance (2-tailed)	.019	.000	.
		df	68	68	0
Faktor individu dan faktor sosial (Z)	Terpaan Media Online Wolipop.com (X)	Correlation	1.000	.325	
		Significance (2-tailed)	.	.006	
		df	0	67	
	Pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan (Y)	Correlation	.325	1.000	
		Significance (2-tailed)	.006	.	
		df	67	0	

a. Cells contain zero-order (Pearson) correlations.

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Berdasarkan hasil pada tabel di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel terpaan media *online Wolipop.com* dengan pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan tanpa dikontrol oleh faktor individu dan faktor sosial sebesar 0,405 dan signifikansi 0,001, sedangkan nilai koefisien korelasi variabel terpaan media *online Wolipop.com* dengan pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan dengan faktor individu dan faktor sosial sebagai variabel kontrol diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,325 dan signifikansi 0,006. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketika faktor individu dan faktor sosial dijadikan variabel kontrol (dibuat konstan) maka nilai koefisien korelasi terpaan median *online Wolipop.com* dengan pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan menjadi lebih rendah, dibandingkan sebelum dikontrol, hal tersebut membuktikan bahwa peran faktor individu dan faktor sosial adalah penting dalam menjelaskan

hubungan antara terpaan median *online Wolipop.com* dengan pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan. Jika pesan yang disampaikan oleh media sesuai dengan pendapat dan minatnya serta lingkungan di sekitar responden atau komunitas juga mendukung maka terpaan responden mengakses media tersebut akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya jika pendapat dan minat responden terhadap pesan serta komunitas responden tidak mendukung dari pesan media maka terpaan media juga akan semakin menurun..

Regresi Linier Sederhana

Tabel 9
Hasil Analisis Regresi terpaan media *online Wolipop.com* Terhadap Pengetahuan Tentang Dunia Gaya dan Kecantikan

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Terpaan Media <i>Online Wolipop.com</i> (X) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.405 ^a	.164	.152	5.33897

a. Predictors: (Constant), Terpaan Media *Online Wolipop.com* (X)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	379.971	1	379.971	13.330	.001 ^a
	Residual	1938.314	68	28.505		
	Total	2318.286	69			

a. Predictors: (Constant), Terpaan Media *Online Wolipop.com* (X)

b. Dependent Variable: Pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.734	2.960		4.302	.000
	Terpaan Media <i>Online Wolipop.com</i> (X)	.466	.128	.405	3.651	.001

a. Dependent Variable: Pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan (Y)

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2014

Pada tabel summary di atas menunjukkan besarnya nilai (R) koefisien korelasi yang menunjukkan keeratan atau kekuatan hubungan adalah sebesar 0,405. Nilai tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti terpaan

media *online Wolipop.com* dengan pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan. Nilai R Square merupakan koefisien determinasi yaitu menunjukkan seberapa besar pengaruh terpaan media *online Wolipop.com* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan, nilai R Square sebesar 0,164 (16,4%), hasil tersebut berarti bahwa sebesar 16,4% pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan responden dapat dijelaskan oleh terpaan media *online Wolipop.com*, sedangkan sisanya sebesar 83,6% (100% - 16,4%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti. Nilai Sig. Nilai F dalam tabel ANOVA. Pada tabel ANOVA diperoleh nilai sig 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terpaan media *online Wolipop.com* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan adalah signifikan.

Pada tabel coefficients diperoleh nilai konstanta sebesar 12,734, koefisien regresi terpaan media *online Wolipop.com* sebesar 0,466, sehingga persamaan regresi dalam model dapat dituliskan sebagai berikut.

$$y = 12,734 + 0,466X$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa tanpa dipengaruhi oleh terpaan media *online Wolipop.com* (X), maka pengetahuan responden tentang dunia gaya dan kecantikan (Y) sebesar 12,734, tetapi setelah dipengaruhi oleh terpaan media *online Wolipop.com* (X) maka terjadi peningkatan pengetahuan responden tentang dunia gaya dan kecantikan sebesar 0,466 per satu satuan. Nilai koefisien regresi hasil perhitungan menunjukkan positif (+), hal tersebut dapat dijelaskan bahwa jika terpaan media meningkat maka pengetahuan responden juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya jika terpaan media menurun maka pengetahuan responden juga akan semakin menurun.

Pembahasan

Member facebook alumni Stella Duce I angkatan 2009 merupakan komunitas perempuan yang aktif dalam mengakses sosial media dan selalu mengikuti perkembangan dunia gaya dan kecantikan, oleh karena itu pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan yang sedang trend saat ini menjadi suatu kebutuhan yang harus dipenuhi, oleh karena itu peranan media online yang memberikan berbagai pesan tentang dunia gaya dan kecantikan seperti dalam *Wolipop.com* memberikan kontribusi pengetahuan responden tentang dunia gaya dan kecantikan.

Seberapa besar responden dalam mengakses media *online Wolipop.com* tersebut dapat diartikan sebagai terpaan. Dalam Rakhat (1996 : 66) terpaan merupakan penggunaan media oleh khalayak yang meliputi jumlah waktu yang digunakan, jenis isi media serta hubungan antara khalayak dengan isi media yang dikonsumsi atau media secara keseluruhan. Berdasarkan hasil analisis terpaan media *online Wolipop.com* pada *member* facebook Stella Duce angkatan 1 tahun 2009 didapatkan hasil sebagian besar terpaan media *online Wolipop.com* masuk dalam kategori sedang sebesar 52,9%, hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa terpaan media terpaan media berkaitan dengan karakteristik individu dan pengetahuan dari responden, keaktifan responden dalam mengakses media

komunikasi merupakan perpaduan antara karakteristik individu yang didukung oleh pengetahuannya, sehingga mampu melakukan pemenuhan kepuasan informasi dari media yang diakses. Hal tersebut didukung oleh Tubs dan Moss (1996:65) yang menjelaskan bahwa terpaan komunikasi terhadap kegiatan komunikasi merupakan perbandingan antara makna yang ditangkap oleh komunikan dan makna yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi dinilai efektif jika pesan yang disampaikan dan yang dimaksud oleh komunikator akan ditangkap dan dipahami oleh komunikan, semakin besar kaitan antara yang dimaksud dengan respon yang diterima, maka semakin besar dan efektif komunikasi yang dilakukan. Komunikator dalam hal ini adalah media *online Wolipop.com* dalam menyajikan berbagai informasi tentang perempuan, salah satunya adalah fitur tentang fashion dan beauty yang memberikan informasi seputar dunia gaya dan kecantikan yang selalu update, sedangkan komunikan dalam penelitian ini adalah *member facebook alumni Stella Duce*, pesan dalam media *online Wolipop.com* tentang dunia gaya dan kecantikan dalam hal ini dinilai efektif apabila responden mengerti dan memahami tentang berbagai informasi mengenai dunia gaya dan kecantikan.

Berkaitan dengan hasil analisis tersebut dijelaskan dalam teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori efek media terbatas yang menjelaskan bahwa media memiliki efek terbatas dalam mempengaruhi efek komunikasi massa bahwa tidak selamanya media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Jika ada pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa, pengaruh tersebut sangatlah kecil atau terbatas. Adanya efek terbatas media massa dalam mempengaruhi khalayak tersebut disebabkan oleh faktor sosial dan individu. Hasil analisis deskriptif faktor individu dan faktor sosial sebagian besar masuk kategori sedang yaitu sebesar 55,7%, hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa responden cukup berminat dalam menerima pesan dari media *online Wolipop.com*. *Member facebook alumni Stella Duce 2009* merupakan komunitas perempuan yang aktif dalam mengakses sosial media dan selalu mengikuti dunia fashion dan kecantikan, faktor sosial tersebut dapat menjelaskan bahwa responden cenderung memiliki kesamaan dalam memandang tentang dunia gaya dan kecantikan dan membuat para anggotanya cenderung bereaksi sama dalam merespon pesan-pesan media yang diterima.

Deskriptif pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan diperoleh hasil sebagian besar pengetahuan responden masuk dalam tinggi yaitu sebesar 64,3%, kategori sedang sebesar 34,3% dan pengetahuan kategori rendah sebesar 1,4%. Pengetahuan responden merupakan seberapa banyak informasi yang tersimpan dalam ingatan seseorang menerima sebuah informasi apakah tinggi, sedang maupun rendah, responden yang memiliki ingatan tinggi dapat diartikan bahwa komponen kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan dan keyakinan yang tinggi. Pengetahuan yang tinggi responden merupakan pengetahuan dalam aspek kognitif, hal tersebut ditunjukkan dengan responden memahami dan mengerti tentang dunia gaya yaitu yang berhubungan dengan pakaian yang sedang trend, motif pakaian dan penggunaan aksesoris wanita

seperti anting, gelang, cincin, tas serta pernak-pernik lainnya, sedangkan pengetahuan tentang dunia kecantikan adalah responden memiliki pengetahuan yang baik yaitu paham dan mengerti tentang trend perawatan tubuh dan wajah yang saat ini masih digemari kaum perempuan. Hasil tersebut didukung oleh teori menurut Walgito (2004 : 89) yang menyatakan bahwa pengetahuan pada aspek kognitif seseorang yang tinggi yaitu responden mengetahui tentang hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana orang mempunyai objek sikap dan memahami sesuatu konsep.

Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial diperoleh nilai koefisien korelasi antara variabel terpaan media *online Wolipop.com* dengan pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan tanpa dikontrol oleh faktor individu dan faktor sosial sebesar 0,405 dan sig. $0,001 < 0,05$, sedangkan nilai koefisien korelasi variabel terpaan media *online Wolipop.com* dengan pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan dengan faktor individu dan faktor sosial sebagai variabel kontrol diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,325 dan sig. $0,006 < 0,05$.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai R Square sebesar 0,164 (16,4%), yang berarti bahwa sebesar 16,4% pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan responden dapat dijelaskan oleh terpaan media *online Wolipop.com*, sedangkan sisanya sebesar 83,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti, dan kontribusi peningkatan persatu satuan dari terpaan media *online Wolipop* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan adalah sebesar 0,466. Nilai koefisien regresi hasil perhitungan menunjukkan positif (+), hal tersebut dapat dijelaskan bahwa jika terpaan media meningkat maka pengetahuan responden juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya jika terpaan media menurun maka pengetahuan responden juga akan semakin menurun, dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti artinya bahwa ada pengaruh terpaan media *online Wolipop.com* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan pada *member facebook alumni Stella Duce I Angkatan 2009*.

Hasil tersebut sesuai dengan teori model dampak terbatas bahwa pengaruh terkait dengan sikap responden yang selektif dalam menerima terpaan informasi dari media *online Wolipop.com*, selain itu, kekuatan sosial dalam mempengaruhi media, bahkan individu pun bisa mempengaruhi media. Responden sendiri dalam hal ini terdiri dari responden pasif dan aktif. Responden yang pasif maksudnya adalah pengertian yang menganggap bahwa responden lebih banyak dipengaruhi oleh media, sedangkan responden yang pasif menerima apa yang disampaikan media. Responden pasif menerima secara langsung apa-apa yang disampaikan oleh media, sedangkan responden aktif berlaku sebaliknya, kelompok ini lebih selektif dalam menerima pesan-pesan media dan mereka juga selektif dalam memilih dan menggunakan media. Analisis tersebut sejalan dengan Severin & Tandkard (2005 : 34) yang menjelaskan bahwa terdapat dua sisi efek dari media yakni efeknya terhadap budaya masyarakat secara keseluruhan dan efeknya kepada anggota masyarakat secara individual. Efek media secara individual artinya bahwa efek yang ditimbulkan oleh media massa pada orang

perorangan namun dilihat dalam konteksnya secara keseluruhan. Sementara efek kepada masyarakat bahwa sebagai manusia tidak pernah hidup sendirian, ia selalu berhubungan dengan orang lain baik dalam kelompok kecil, sedang, besar atau bahkan dalam hampir segala aspek kehidupannya. Efek secara individual dalam ketika responden diterpa oleh media *online Wolipop* adalah responden memiliki pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan dan dapat selalu tampil menarik dan cantik karena mendapatkan informasi-informasi yang aktual dan up to date seputar dunia gaya dan kecantikan, dan efek kepada komunitasnya adalah responden tidak ketinggalan informasi seputar dunia gaya dan kecantikan dalam komunitas *member facebook* alumni Stella Duce angkatan 1 tahun 2009.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah menjalani serangkaian proses penelitian, peneliti dapat merumuskan kesimpulan terkait hasil yang diperoleh disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh terpaan media *online Wolipop.com* yang dikontrol oleh faktor individu dan sosial terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan pada *member facebook* alumni Stella Duce 1 Angkatan 2009.
2. Ada pengaruh terpaan media *online Wolipop.com* terhadap pengetahuan tentang dunia gaya dan kecantikan pada *member facebook* alumni Stella Duce 1 Angkatan 2009. Terpaan media *online Wolipop.com* tersebut mampu menjelaskan pengetahuan responden tentang dunia gaya dan kecantikan sebesar 16,4%, sedangkan sisanya sebesar 83,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Erdinaya, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Azwar, Saifuddin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barelson, Benard & Stainer. 2005. *Perilaku Manusia* (Terjemahan). Jakarta : Erlangga.
- Effendy, Onong U. 1990. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Engle, J.F, Blackwell, R.D & Miniard, P.W. (1994). *Consumer Behavior 6th Ed*. Chicago : Dryden Press
- Fauzi, Ahmad, 2009, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta : Rineka Cipta

- Joanne Hollows. 2010. *Feminisme, Feminitas dan Budaya Populer (Terjemahan)*. Yogyakarta : Jalasutra
- Kriyantono. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rakmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Marhaeni, Fajar. 2009. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Mercado Cesar M. 1994. *Conducting and Managing Communication Survey research. The Asian Experience Philippines : Local Resource Management (LRM) Service*
- Morissan. 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Nawawi, H. Hadari. 1993. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Notoatmodjo, Soekidjo, 2003, *Prinsip-prinsip Dasar Ilmu Kesehatan Masyarakat* (Edisi ke-2). Jakarta :Bhineka Cipta.
- Nuruddin, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat J. 1996. *Psikologi Komunikasi, Edisi Revisi*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- Severin, Warner J. dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode dan Terapan di Dakam Media Massa*. Jakarta : Prenada Media
- Sue Thornham. 2010. *Teori Feminis dan Cultural Studies (Terjemahan)*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Tubbs, Stewart L dan Sylvia Moss. 1996. *Human Communication: Prinsip-prinsip dasar (terjemahan)*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Zulkifli, 2005. *Psikologi Perkembangan*. Bandung : Remaja Rosda Karya.

SKRIPSI

Lidwina Galih Puspa Ratma . 2012.*Media Online Sebagai Pemenuh Kepuasan Informasi*. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya.

Yoriasa Filien Firstiarama. 2011. *Pengaruh Terpaaan Rubrik Fashion dan Beauty Pada Majalah GoGirl Terhadap Pengetahuan Tentang Dunia Gaya dan Kecantikan Pada Remaja Puteri* . Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Website

<http://www.wolipop.com> diakses 1 Juli 2013

