

Pengaruh Media Sosial, Perspektif, Dan Kesadaran Masyarakat dalam Dunia Fashion Sesuai Syariat Islam di Solo Raya

¹Nabila Kusuma Arista Sofyan, ²Dhea Novita Fauzyah

^{1,2}Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: nabillakusuma2505@gmail.com

SEJARAH ARTIKEL:

Dikirim: 17 Februari 2024

Diterima

Dipublikasikan 29 Februari 2024

KATA KUNCI:

Media Sosial, Perspektif, Kesadaran, Dunia Fashion

ABSTRAK

Di Indonesia fashion muslim pada beberapa tahun terakhir ini mendapat perhatian besar dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi konsumsi fashion muslim di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, prespektif, dan kesadaran dalam dunia fashion muslim sesuai syariat Islam pada masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Karena pendekatan kuantitatif lebih cenderung menggunakan angka baik di dalam pengumpulan maupun di dalam analisis datanya. Dalam penelitian ini digambarkan hubungan antara variabel independen dengan variabel (Y). Variabel dalam penelitian ini adalah Media Sosial (X1), Prespektif (X2), Kesadaran (X3). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Dunia Fashion (Y). Secara parsial pengaruh Media Sosial memiliki pengaruh positif bagi orang yang berminat dalam Dunia Fashion Muslim.

ABSTRACT

Muslim fashion in Indonesia in recent years has received great attention and is widely consumed by the public. There are several things that influence Muslim fashion consumption in Indonesia. This research aims to determine the influence of social media, perspective and awareness in the world of Muslim fashion according to Islamic law on society. The type of research used in this research uses a quantitative approach with descriptive methods. Because a quantitative approach tends to use numerical analysis both in collecting and in the data. In this research, the relationship between the independent variable and the variable (Y) is explained. The variables in this research are Social Media (X1), Perspective (X2), Awareness (X3). Meanwhile, the dependent variable in this research is the World of Fashion (Y). Partially, the influence of Social Media has a positive influence on people who are interested in the Muslim Fashion World.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin berkembang dan mengalami perubahan yang cukup pesat . Perubahan dalam masyarakat yang memberikan dampak pada setiap individu dari cara gaya bicara sampai gaya hidup (fashion/life style). Dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi dan menjadi trend. Istilah trend berarti kecenderungan / cenderung . Kata trend juga sering kita ucapkan sehari-hari apalagi dalam fashion. Dalam masyarakat, trend adalah salah satu faktor yang mempengaruhi dalam mengambil atau membeli suatu produk dan menjadi kepuasan tersendiri jika produk yang dibeli tersebut sesuai dengan trend yang sedang beredar pada zaman sekarang. (Hasri Yolanda, 2020)

Trend juga memiliki arti bentuk nominal, yaitu ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu seperti pakaian, gaya rambut, corak hiasan, serta penggunaan jilbab dan lain sebagainya. Solo raya merupakan daerah budaya yang berpenduduk mayoritas muslim sehingga memungkinkan terjadinya perpaduan unsur budaya dan Islam. Hal tersebut dapat mempengaruhi dalam trend penggunaan busana muslim wanita. Apalagi di media sosial dapat mempengaruhi tren berpakaian Islami di kalangan mahasiswi dan fashion dapat digunakan sebagai media komunikasi artifaktual dalam membentuk identitas sosial pada siswa. Namun dalam menggunakan media sosial dan berbusana, perlu memperhatikan etika dan moral sesuai dengan ajaran Islam. (Guarango, 2022)

Fashion wanita muslimah tetap menonjolkan lekuk tubuh, termasuk wanita berhijab namun tetap mengenakan pakaian seksi yang menonjolkan lekuk tubuh, yang sekarang dikenal dengan sebutan jilboobs. Permasalahan yang terjadi saat ini serupa dengan fenomena lainnya Seperti dalam keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 287 Tahun 2001 tentang pornografi dan perbuatan pornografi², termasuk yang tidak boleh memperlihatkan bentuk tubuh, berhijab kostum porno tetapi harus berpakaian ketat. Pada akhirnya, perdebatan semacam ini tidak akan menjadi tidak menyenangkan jika suatu permasalahan diselesaikan tanpa dukungan dari kelompok-kelompok kepentingan, kelompok-kelompok, dan para ahli yang menyeluruh. (Ilyas, 2016)

Memikirkan secara jernih seluruh permasalahan dan mengkonsultasikannya dalam semangat Hukum Islam akan mampu mengangkat tabir ambiguitas dalam suatu

permasalahan hukum. Fashion dalam segala bentuknya menjadi perhatian khusus umat Islam, khususnya di kalangan ulama dan tokoh ulama. fatwa ulama yang dikeluarkan, namun fatwa tersebut seolah tak dihiraukan. Sebaliknya, ada fenomena mereka yang melakukan tindakan tersebut bersuara dan membela diri atas nama seni dan hak asasi manusia. Sejak saat itu tidak ada lagi rasa egois atau kecenderungan untuk mencapai . Hal ini menunjukkan bahwa situasi Indonesia saat ini telah menempatkan kepentingan materi di atas segalanya, bahkan di atas agama, atau mungkin sikap demikian karena negara menganggap bidang keagamaan hanya sebatas pemujaan terhadap mahdhah saja, sedangkan seni adalah seni dan tidak memasuki wilayah hukum agama.(Ilyas, 2016)

Berdasarkan latar belakang diatas, maka untuk penelitian ini difokuskan dengan judul: “Pengaruh Media Sosial, Prespektif dan Kesadaran Masyarakat Dalam Dunia Fashion Sesuai Syariat Islam di Solo Raya”.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian kuantitatif, Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori – teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Tujuan dalam penelitian ini dibatasi untuk menggambarkan karakteristik sesuatu sebagaimana adanya. Metode kuantitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dalam suatu penelitian dengan cara menganalisis secara kuantitatif dengan statistik deskriptif. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian kuantitatif dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel didapatkan karena secara umum sampel itu didapat secara acak (Mulyandari,2018).

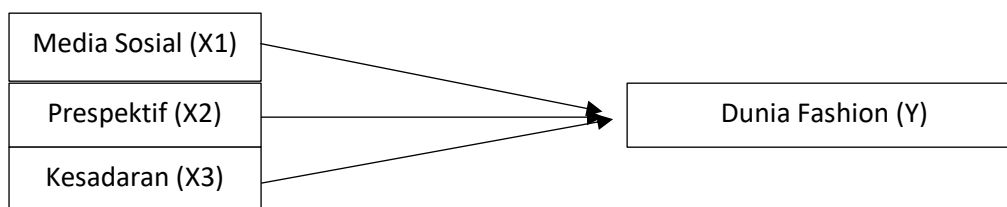
Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat muslim di Solo Raya. Populasi adalah wilayah atau objek keseluruhan yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Populasi dapat berupa individu-individu, benda, perusahaan, atau lembaga yang karakteristiknya akan diteliti. Dalam penelitian, populasi menjadi penting karena menentukan hasil dan kevalidan penelitian. Pemilihan populasi yang tepat sangat diperlukan agar hasil penelitian sesuai dengan tujuan utama penelitian tersebut.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan

demikian, sampel dapat dinyatakan sebagai sebagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi menurut Hendryadi (2019:162-180). Sampel penelitian ini diambil 35 responden yang dapat dirasa cukup untuk memberikan hasil yang dapat mewakili populasi.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007, Statistika untuk Penelitian, Alfabeta, Bandung). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (Independent) dan variabel terikat (Dependent). Variabel bebas (Independent) ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predicator, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel Independen (X) yang digunakan yaitu Media Sosial, Prespektif dan Kesadaran. Variabel terikat (dependent) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Dalam Penelitian ini variabel Dependen (Y) yang digunakan yaitu Dunia Fashion.

Dalam penelitian ini digambarkan hubungan antara variabel independen dengan variabel (Y). Variabel dalam penelitian ini adalah Media Sosial (X1), Prespektif (X2), Kesadaran (X3). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Dunia Fashion (Y).



Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Media Sosial berpengaruh positif terhadap Fashion sesuai syariat Islam

H2 : Perspektif berpengaruh positif terhadap Fashion sesuai syariat islam

H3 : Kesadaran Masyarakat berpengaruh positif terhadap Fashion sesuai syariat islam

H4 : Media Sosial , Perspektif , Kesadaran Masyarakat secara bersamaan berpengaruh positif terhadap Fashion sesuai syariat islam

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (sendiri-sendiri). Semua variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel independen, apabila nilai p value $< 0,05$. Kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila t hitung $>$ t tabel maka H1 diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat begitu juga sebaliknya.

Adapun hasil uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Rumus mencari nilai t tabel :

$$t \text{ tabel} = t^{0,05/2} ; df (n-1)$$

$$t\text{-tabel} = t^{0,05/2} ; df (n-1) = t^{0,025-0,05} ; 34 = 2.03224$$

Tabel 1. Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.704	2.200		2.593	.014
	Media Sosial	.530	.184	.555	2.873	.007
	Prespektif	-.134	.183	-.154	-.734	.468
	Kesadaran	.283	.231	.289	1.226	.230

a. Dependent Variable: Dunia Fashion

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa :

- Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap Dunia Fashion (Y)

t-statistik X1 sebesar $2.873 > 2.03224$ membuktikan bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh positif signifikansi ($0.007 < 0.05$) terhadap besarnya Y.

- Pengaruh Prespektif (X2) terhadap Dunia Fashion (Y)

t-statistik X2 sebesar $-0,734 < 2.03224$ membuktikan bahwa variabel X2 tidak mempunyai pengaruh signifikansi ($0.468 > 0.05$) terhadap besarnya Y.

- Pengaruh Kesadaran (X3) terhadap Dunia Fashion (Y)

t-statistik X2 sebesar $1.226 < 2.03224$ membuktikan bahwa variabel X3 tidak mempunyai pengaruh signifikansi ($0.230 > 0.05$) terhadap besarnya Y.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ataukah tidak dari semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi hal tersebut dapat dilihat dari nilai hasil uji F, apabila $\text{sig} < 0,05$. Dalam uji ini menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel ANOVA dengan melihat nilai signifikansi ($\text{Sig} < 0,05$ atau 5%). kriteria penentuannya sebagai berikut apabila F hitung $>$ F tabel dan tingkat $\text{sig} < (0,05$ atau 5%), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen begitu juga sebaliknya.

Berikut ini hasil Uji F pada penelitian ini.

Rumus mencari F tabel sebagai berikut :

$$f \text{ tabel} = df_{n2} = n - n \text{ variabel bebas} - 1$$

$$df_{n2} = 35 - 3 - 1 = 31$$

$$df_{n1} = n \text{ variabel bebas} = 3$$

$$f\text{-tabel} = 2.91$$

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.582	3	27.861	9.186	.000b
	Residual	94.018	31	3.033		
	Total	177.600	34			

a. Dependent Variable: Dunia Fashion

b. Predictors: (Constant), Kesadaran, Media Sosial, Prespektif

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $9.186 > 2.91$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Media Sosial (X1), Prespektif (X2) dan Kesadaran (X3) terhadap Dunia Fashion (Y)

Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi dependen. Menunjukkan model kuat, sedang dan lemah. Nilai R Square berada antara 0-1. Semakin dekat nilai R Square dengan angka 1. artinya garis regresi yang digambarkan dapat menjelaskan 100% variasi dalam Y. Begitu juga sebaliknya, jika nilai R Square sama dengan atau mendekati angka maka garis regresi tidak dapat menjelaskan variasi.

Berikut uji Koefisien Determinan pada penelitian ini :

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinan (Adjust R Square)

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.686	.471	.419	1.74	1.67	
	a			2	8	

a. Predictors: (Constant), Kesadaran, Media Sosial, Prespektif

b. Dependent Variable: Dunia Fashion

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,471 atau 47,1%. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 47,1% kepada variabel dependen yaitu dunia fashion sedangkan sisanya terdapat pengaruh variabel- variabel yang lain yang tidak diteliti 52,9%. Dengan tingkat korelasi dikatakan Korelasinya sedang.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas adalah uji ketepatan dan kecermatan instrument dalam melakukan fungsi pengukurannya, atau dengan kata lain apakah instrument benar-benar tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur. Sebuah kuesioner diuji kevalidannya terlebih dahulu untuk selanjutnya dilihat reliabilitasnya. Apabila mempunyai nilai r hitung > r tabel nilai signifikansi < 0,05 (5%) maka dapat dikatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

		Correlations			
		Media Sosial	Prespektif	Kesadaran	Fashion Muslim
Media Sosial	Pearson Correlation	1	.635**	.727**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	35	35	35	35
Prespektif	Pearson Correlation	.635**	1	.774**	.422*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.012
	N	35	35	35	35
Kesadaran	Pearson Correlation	.727**	.774**	1	.573**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	35	35	35	35
Fashion Muslim	Pearson Correlation	.667**	.422*	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.000	
	N	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 5. Menghitung signifikansi statistic

No	Nilai r-statistik	Nilai r-tabel	Keterangan
1	0,667	0,3610	Valid
2	0,422	0,3610	Valid
3	0,573	0,3610	Valid

Berdasarkan perhitungan dengan r statistik dan nilai signifikansi dapat dinyatakan media sosial, prespektif dan kesadaran secara keseluruhan bernilai $> 0,3610$ yang menunjukkan bahwa skala yang digunakan dalam penelitian VALID.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah suatu indikator dari variabel konstruk dari kuisisioner yang diukur menggunakan uji ini. Dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach alpha $> 0,60$.

Tabel 6. Tingkat Reliabilitas

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.0 – 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

Tabel 7. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	4

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa nilai Cronbach alpha sebesar $0,872 > 0,60$. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dinyatakan reliabel dengan tingkat sangat andal. Dan jawaban responden dari pengisian kuisisioner dianggap konsisten.

Uji Estimasi Model Persamaan Regresi

Uji Estimasi Model Persamaan Regresi digunakan untuk menguji seberapa baik model regresi sesuai dengan data yang diamati. Tujuan utamanya adalah untuk

memastikan bahwa model regresi yang diestimasi secara statistik valid dan dapat diandalkan untuk membuat prediksi.

Tabel 8. Hasil Persamaan Regresi

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.704	2.200			2.593	.014
	Media Sosial	.530	.184	.555		2.873	.007
	Prespektif	-.134	.183	-.154		-.734	.468
	Kesadaran	.283	.231	.289		1.226	.230

a. Dependent Variable: Dunia Fashion

Berdasarkan hasil output data diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e_i$$

$$Y = 5,704 + 0,530X_1 + (-0,134X_2) + 0,283X_3 + e_i$$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Dengan dasar pengambilan keputusan (CLICT, 2002) yaitu bila nilai probabilitas (Asymp. Sig) > 0,05, maka distribusi adalah normal, begitu juga sebaliknya.

**Tabel 9. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual	
-------------------------	--

N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66289821
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.087
	Negative	-.117
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil pengujian statistik One Sampel Kolmogrov-Smirnov di atas menunjukkan bagian Sig. dengan nilai sebesar 0,200, artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heterokedastisitas tujuan untuk mengetahui apakah suatu model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varian variabel dari satu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji park.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas (X1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3,058	7,512		-,407	,687
	ln_x1	,906	2,690	,059	,337	,738

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas (X2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-,999	6,035		-,165	,870
	ln_x2	,174	2,239	,013	,077	,939

Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas (X3)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4,831	7,106		,680	,501
	ln_x3	-1,963	2,597	-,130	-,756	,455

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa X1 sebesar 0,337 , X2 sebesar 0,077 dan X3 sebesar 0,756 lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima dan ketiga variabel tersebut tidak menyebabkan terjadinya masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dapat melakukan uji Run Test pada nilai residual untuk melihat pola tanda dari residual (tanda positif (+) dan tanda negatif (-) bersifat acak atau tidak. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari (>) 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi dan sebaliknya.

Tabel 13. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.18520
Cases < Test Value	17
Cases >= Test Value	18
Total Cases	35
Number of Runs	17
Z	-.339
Asymp. Sig. (2-tailed)	.735

a. Median

Berdasarkan output di atas nilai asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,423 > 0,05 maka

kesimpulannya H_0 diterima, tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model regresi.

Uji Multikolinearitas

Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai variance inflation factor (VIF). Apabila nilai $VIF < 10$ atau nilai tolerance $> 0,10$ maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011).

Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.704	2.200			2.593	.014		
	X1	.530	.184	.555		2.873	.007	.458	2.183
	X2	-.134	.183	-.154		-.734	.468	.390	2.561
	X3	.283	.231	.289		1.226	.230	.308	3.245

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat setiap variabel independent memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka variabel penelitian dianggap bebas dari gejala multikolonearitas. Dari analisis diatas dapat disimpulkan ketiga variabel diatas tidak mengalami gangguan multikolinearitas maka memenuhi syarat analisis regresi.

PEMBAHASAN HASIL ANALISIS

Pengaruh Media Sosial Terhadap Dunia Fashion Muslim Sesuai Syariat Islam

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif signifikansi terhadap dunia fashion muslim sesuai syariat Islam yang berada di Solo Raya. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai $sig < 0,05$ yaitu $0,007 < 0,05$.

Menurut Kotler dan Keller, Media Sosial adalah alat untuk menyampaikan pesan berupa informasi kepada orang satu dengan yang lainnya melalui gambar ataupun video.

Jadi, Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat dokumen atau informasi pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Dengan adanya media sosial dapat memudahkan masyarakat dalam mengetahui bagaimana fashion muslim sesuai syariat Islam, meningkatkan ketertarikan pada anak muda zaman sekarang mengenai fashion muslim sesuai syariat Islam, dan memperluas pasar bagi produsen dengan mempromosikan produknya kepada masyarakat luas. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andri Iswal Khoiri, 2019.

Pengaruh Prespektif Terhadap Dunia Fashion Muslim Sesuai Syariat Islam

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel prespektif ditolak atau tidak berakibat positif pada dunia fashion muslim sesuai syariat Islam. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai sig > 0,05 yaitu $0,468 > 0,05$.

Menurut Sumaatmadja dan Winardit, perspektif adalah cara pandang dan juga cara berperilaku seseorang terhadap suatu masalah ataupun kegiatan. Dapat disimpulkan bahwa responden menganggap bahwa prespektif tidak mempengaruhi fashion muslim sesuai syariat Islam yang mereka kenakan, baik dalam trend ataupun yang lainnya. Dan hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Winda Putri, 2019 berjudul Perspektif Remaja Putri Mengenai Jilbab dan Implikasinya terhadap Perilaku di Masyarakat.

Pengaruh Kesadaran Terhadap Dunia Fashion Muslim Sesuai Syariat Islam

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran ditolak atau tidak berakibat positif pada dunia fashion muslim sesuai syariat Islam. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai sig > 0,05 yaitu $0,230 > 0,05$.

Menurut Newcomb, seorang ahli psikologi sosial, kesadaran adalah reaksi atau respon individu terhadap suatu stimulus atau objek. Dapat disimpulkan bahwa responden menganggap bahwa kesadaran tidak mempengaruhi fashion muslim sesuai syariat Islam karena beberapa faktor. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Nira Ayu Ratnawati, 2019 yang berjudul Kesadaran Berbusana Muslim Remaja Desa Sukorejo Kebonsari Madiun.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh pengetahuan, lingkungan sosial dan kepercayaan terhadap minat masyarakat solo raya untuk menabung di Bank Syariah yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) diperoleh bahwa variabel media sosial (X1) memiliki pengaruh positif terhadap dunia fashion sesuai syariah Islam pada masyarakat di Solo Raya.
2. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) diperoleh bahwa variabel prespektif (X2) tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap dunia fashion sesuai syariah Islam pada masyarakat di Solo Raya.
3. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) diperoleh bahwa variabel kesadaran (X3) tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap dunia fashion sesuai syariah Islam pada masyarakat di Solo Raya.
4. Hasil pengujian secara simultan (Uji f) variabel media sosial, prespektif dan kesadaran berpengaruh secara simultan terhadap dunia fashion sesuai syariah Islam pada masyarakat di Solo Raya.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,471. Hal ini menunjukkan persentase sumbangan pengaruh media sosial, prespektif dan kesadaran berpengaruh secara simultan terhadap dunia fashion sesuai syariah Islam pada masyarakat di Solo Raya sebesar 47,1% dan sisanya sebesar 52,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima penulis ucapkan kepada Universitas Duta Bangsa Surakarta yang memfasilitasi penerbitan atas hasil penelitian. Harapan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya serta penyempurnaan oleh peneliti selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

Devi. (2016). *Metodologi Penelitian*. 49–76.

Dewi, L. K. (2022). *18311209*.

Guarango, P. M. (2022). *Perkembangan Trend Busana Muslim Wanita di Surakarta tahun 1991-2020*

Hasri Yolanda. (2020). *PENGARUH TREND FASHION DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Khayla Boutique Di Kota Duri)*.

Ilyas, M. (2016). Memaknai Fashion Dalam Hukum Islam. *Al-Dawlah*, 5(1), 133–143.

Oliver, J. (2013). Metode penelitian. *Metode Penelitian*, 1, 37–54.

Putri, W. (2019). Perspektif remaja putri mengenai jilbab dan implikasinya terhadap perilaku di masyarakat desa dusun baru ii kecamatan karang tinggi kabupaten bengkulu tengah. *Skripsi Pendidikan Agama Islam*, 105.

RACHMAWATI, -. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal(Studi Kasus Ide Proyeksi Berita DiPekanbaru.Tribunnews.Com)*.