

**PENGARUH MENONTON PROGRAM TAYANGAN *ILOOK* DI NET TV
TERHADAP MINAT PENONTON BERBUSANA TRENDI**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Tata
Busana di Kota Bandung yang Menonton Tayangan *Ilook*)**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Departemen Ilmu Komunikasi



oleh

Lasyifa

NIM 1500277

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2019

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH MENONTON PROGRAM TAYANGAN *ILOOK* DI NET TV
TERHADAP MINAT PENONTON BERBUSANA TRENDI
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Tata Busana di
Kota Bandung yang Menonton Tayangan *Ilook*)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.

NIP. 19620926 198904 1 001

Pembimbing II,



Dr. Eki Baihaki, M.Si.

NIDN. 0427126301

Mengetahui

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi UPI,



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.

NIP. 19620926 198904 1 001

**PENGARUH MENONTON PROGRAM TAYANGAN *ILOOK* DI NET TV
TERHADAP MINAT PENONTON BERBUSANA TRENDI**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Tata
Busana di Kota Bandung yang Menonton Tayangan *Ilook*)**

Oleh

Lasyifa

NIM 1500277

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Lasyifa 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Menonton Program Tayangan *Ilook* di NET TV Terhadap Minat Penonton Berbusana Trendi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Tata Busana di Kota Bandung yang Menonton Tayangan *Ilook*)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,

Lasyifa

NIM. 1500277

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat rahmat serta ridha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Menonton Program Tayangan *Ilook* di NET TV Terhadap Minat Penonton Berbusana Trendi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Tata Busana di Kota Bandung yang Menonton Tayangan *Ilook*)” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini merupakan perhatian penulis terhadap media televisi dan keterkaitannya terhadap minat penonton. Televisi masih menjadi media utama bagi masyarakat. Setiap harinya penyebaran informasi melalui media televisi dengan berbagai program tayangan yang dihadirkan sangatlah beragam. Program tayangan dengan bertemakan *fashion* bernilai lebih dimata pemirsanya dalam berpenampilan trendi yang sudah menjadi sebuah kebutuhan. Informasi yang diterima khalayak secara tidak langsung dapat menimbulkan minat tertentu pada penontonya sebagai sebuah pengaruh yang dihasilkan oleh tayangan tersebut.

Skripsi ini merupakan suatu upaya bagi penulis untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, suatu gelar yang didapat bilamana menyelesaikan jenjang pendidikan strata-1 non-kependidikan di Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Komunikasi serta dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi pihak-pihak terkait.

Bandung, Agustus 2019

Lasyifa

NIM. 1500277

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa di dalam proses penulisan skripsi “Pengaruh Menonton Program Tayangan *Ilook* di NET TV Terhadap Minat Penonton Berbusana Trendi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Tata Busana di Kota Bandung yang Menonton Tayangan *Ilook*)” ini masih ada keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis, untuk itu kritik dan saran dapat menjadi masukan untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari motivasi, bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu, penulis banyak menghaturkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. Rd. Asep Kadarohman, M.Si. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta segenap jajarannya.
3. Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Komunikasi (FPIPS) beserta segenap jajarannya.
4. Dr. Ridwan Effendi, M.Ed., selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan, motivasi, dan masukan berarti kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Dr. Eki Baihaki, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan memberikan motivasi kepada penulis dalam membuat dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UPI dan beserta jajaran staf yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah, Ibu, pimpow dan grandma yang telah memberikan motivasi, doa yang tidak pernah putus, dan memberikan dukungan moril kepada penulis.
8. Seluruh keluarga yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Sahabat-sahabat, terutama rekan-rekan Hebring dari SMK Negeri 4 Bandung dan KKN Karang Sari Keluarga Borjuis 2018 yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Rekan-rekan dari Departemen Ilmu Komunikasi kelas B angkatan 2015, angkatan 2015, dan seluruh akang-teteh 2012-2014 yang secara luar biasa memberi penulis banyak pengalaman berharga.
11. Rekan-rekan dari Badan Eksekutif Mahasiswa Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (2016/2017) dan Komisi Disiplin Mahasiswa Ilmu komunikasi (2016/2017 dan 2017/2018), yang telah memberikan banyak pelajaran berharga selama penulis berkuliah di UPI.
12. Para rekan mahasiswa UPI dari jurusan Tata Busana, yang telah membantu sebagai responden dalam penelitian ini serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini.

PENGARUH MENONTON PROGRAM TAYANGAN *ILOOK* DI NET TV TERHADAP MINAT PENONTON BERBUSANA TRENDI

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Tata
Busana di Kota Bandung yang Menonton Tayangan *Ilook*)**

Oleh: Lasyifa

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan melihat bahwa televisi masih menjadi media utama bagi masyarakat di Indonesia. Setiap harinya penyebaran informasi melalui media televisi dengan berbagai program tayangan yang dihadirkan sangatlah beragam. Tayangan *ilook* di NET TV yang bertemakan “*it's all about fashion*” ini selalu memberikan informasi mengenai fashion baik itu di dalam negeri maupun luar negeri. Tayangan ini tidak hanya menginformasikan berbagai busana yang sedang hangat di bicarakan. Namun, ada juga berbagai barang seperti tas, sepatu, kalung, anting dan berbagai aksesoris untuk tetap tampil *fashionable*. Tidak hanya itu, program ini juga memberikan informasi mengenai cara berdandan atau merias wajah sesuai dengan bentuk wajah, warna kulit, dan berbagai hal lainnya yang berhubungan. Program tayangan *ilook* juga sering menghadirkan para artis dengan memberikan tantangan bagaimana artis tersebut membeli pakaian dengan jumlah uang yang sudah ditentukan oleh pihak *ilook* agar tetap tampil *fashionable*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah menonton tayangan *ilook* di NET TV berpengaruh terhadap minat penonton untuk berbusana trendi. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif melalui penyebaran angket atau kuesioner sebagai upaya pengumpulan dan analisa melalui regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Jurusan Tata Busana yang menonton tayangan *ilook* di NET TV. Kuesioner dibagikan kepada 97 responden mahasiswa. Penyampelan dilakukan melalui purposive sampling dengan beberapa kriteria. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi variabel menonton tayangan terhadap minat berbusana trendi sebesar 43,3% dan 56,7%, sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti oleh peneliti atau dapat dikatakan variabel luar selain menonton tayangan yang dapat mempengaruhi minat berbusana trendi.

Kata Kunci: Televisi, Tayangan *ilook*, Fesyen, Minat Berbusana Trendi

**THE INFLUENCE OF WATCHING *ILOOK* ON NET TV TOWARDS
VIEWERS INTEREST IN TRENDY DRESSED
(Research In The Indonesia University Of Education Students Of Fashion
Design Who Watch *Ilook* Show)**

By: Lasyifa

ABSTRACT

This research was conducted to see that television is still the main media for people in Indonesia. The dissemination information through television with various programs everyday. Ilook shows on NET TV with the theme “it’s all about fashion” always provide information about fashion both domestically or abroad. The show does not only inform various clothes that are being talked about. However, there are also various items such as bags, shoes, necklaces, earrings and a variety of accessories to still look fashionable. Not only that, the show also provides information about how to dress up and apply makeup according to the shape of face, skin color, and various things that are related. The ilook program also often presents artists by challenging how they buys clothes with the amount of money that has been determined by ilook crew to still look fashionable. The research is conducted to find out wether watching ilook on NET TV affects the interest of viewers in dressing trendy style. The research use hypordemic needle theory and conducted in quantitative through questionnaires as the instrument to collect the data and analyze through multiple regression. The population in this research is Indonesia University of Education students of Fashion Department who watch ilook program on NET TV. The questionnaires are distributed to 97 university student respondents. The sampling is conducted through sampling purposive with several criteria. The result of the research shows that the coefficient of determination of the variable watching the program towards the trend of trendy dressed by 43,3% and 56,7%, the rest is influenced by variables not examined by the researchers or it can be said that outside variables other than watching the program can influence the trend of dressing.

Keywords: *Television, ilook Program, Fashion, Interest of Trendy Fashion*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Segi Teoritis	9
1.4.2 Segi Kebijakan	9
1.5.3 Segi Praktik	9
1.5 Struktur Organisasi Penulisan Skripsi.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep Tayangan Sebagai Komunikasi Massa	11
2.1.1 Definisi Komunikasi Massa	11
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Massa	12
2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa	16
2.1.4 Efek Komunikasi Massa	17
2.1.5 Media Massa	19
2.2 Televisi.....	20
2.2.1 Karakteristik Televisi	21
2.2.2 Fungsi Televisi	21
2.2.3 Kelebihan dan Kelemahan Televisi	21
2.2.4 Faktor Yang Perlu Diperhatikan Ketika Menonton Televisi	23
2.2.5 Program Tayangan <i>ilook</i>	25
2.3 Minat	27
2.3.1 Definisi Minat	27
2.3.2 Faktor Yang Perlu Diperhatikan Dari Minat.....	29

2.4	Berbusana Trendi	30
2.5	Mahasiswa.....	32
2.6	Teori Jarum Hipodermik.....	32
2.7	Model S-R.....	36
2.8	Penelitian Terdahulu	37
2.9	Kerangka Berpikir.....	42
2.8	Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Desain Penelitian	44
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	45
3.3	Instrumen Penelitian	46
3.3.1	Kuesioner (Angket).....	46
3.3.2	Studi Kepustakaan.....	47
3.3.3	Skala Pengukuran.....	47
3.4	Operasional Variabel	48
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian	56
3.5.1	Uji Validitas	56
3.5.2	Uji Reabilitas	60
3.6	Prosedur Penelitian	61
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	62
3.8	Pengujian Analisis Data	65
3.8.1	Uji Normalitas.....	65
3.8.2	Uji Multikoleniaritas	65
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas.....	66
3.8.4	Uji Autokorelasi.....	66
3.9	Uji Hipotesis	66
3.9.1	Uji Korelasi.....	66
3.9.2	Pengujian Secara Parsial (Uji-t).....	67
3.9.3	Uji Simultan (Uji-f).....	68
3.9.4	Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Deskripsi Responden	70
4.2	Karakteristik Responden.....	70
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	70

4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	71
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Angkatan	72
4.3	Analisa Deskripsi Tanggapan Responden.....	72
4.3.1	Deskripsi Terhadap Menonton Tayangan	74
4.3.2	Deskripsi Terhadap Sub Variabel Menonton Tayangan	76
4.3.2.1	Aspek Frekuensi.....	77
4.3.2.2	Aspek Durasi.....	78
4.3.2.3	Aspek Atensi	79
4.3.3	Deskripsi Terhadap Minat Berbusana Trendi	80
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	82
4.5	Uji Koefisien Korelasi	85
4.6	Uji Hipotesis	86
4.7	Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis Setelah <i>Trimming</i>	90
4.8	Pembahasan.....	91
4.8.1	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Menonton Tayangan	92
4.8.2	Hasil Penelitian Pengaruh Variabel Menonton Tayangan Terhadap Minat Berbusana Trendi.....	94
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		98
5.1	Simpulan	98
5.2	Implikasi	99
5.2.1	Implikasi Teoritis	99
5.2.2	Implikasi Praktis	101
5.3	Rekomendasi.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....		103
LAMPIRAN.....		108

DAFTAR TABEL

1.1	Data Followers Media Sosial Program ilook	6
2.1	Tabel program ilook.....	26
2.2	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Dilakukan.....	37
3.2	Kriteria Bobot Nilai Pernyataan.....	47
3.3	Definisi Operasional	49
3.4	Hasil Uji Validitas.....	58
3.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	61
3.6	Kategori Variabel Distribusi Frekuensi	63
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	71
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	72
4.4	Kategori Variabel Distribusi Frekuensi	73
4.5	Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Menonton Tayangan (n=97)	75
4.6	Distribusi Frekuensi Menonton Tayangan (n=97).....	75
4.7	Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Frekuensi (n = 97).....	76
4.8	Distribusi Frekuensi Aspek Frekuensi (n=97)	77
4.9	Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Durasi (n = 97)	78
4.10	Distribusi Frekuensi Aspek Durasi (n=97)	78
4.11	Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Atensi (n = 97)	79
4.12	Distribusi Frekuensi Aspek Atensi (n=97).....	80
4.13	Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Minat Berbusana Trendi (n = 97).....	81
4.14	Distribusi Frekuensi Minat Berbusana Trendi (n=97)	82
4.15	Ringkasan Hasil Uji Asumsi Statistik (n=97)	84
4.16	Hasil Uji Koefisien Korelasi	85
4.17	Interpretasi Koefisien Korelasi	86
4.18	Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda	87
4.19	Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda	89

DAFTAR GAMBAR

1.1	Media yang sering digunakan menurut Studi Neilsen	2
2.1	Model Jarum Hipodermik	35
2.2	Model Komunikasi S-R	36
3.1	Hubungan Antar Variabel	48
4.1	Diagram jalur Regresi Berganda Brand Image n=97	95
4.2	Diagram setelah <i>trimming</i>	95

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* Edisi Revisi
Bandung: Simbiosis Rektama Media
- Ardianto, Erdinaya, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*.
Bandung: Simbiosis Rektama Media
- Ardianto, Elvinaro. Lukiati Komala. Karlinah Siti. 2007. *Komunikasi Massa
Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rektama Media
- Arikunto, Suharsiwi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.
Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsiwi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.
Jakarta: Rineka CiptaBulaeng, Andi. *Metode Penelitian Komunikasi
Kontemporer*. Edisi I. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Bungin, Bungin. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi,
dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (2nd ed.). Jakarta:
Kencana.
- Chaplin, J.P. 2008. *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Creswell, Jhon W. 2014. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta:
Pustaka.
- Darmawan, Deni. 20013. *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Bandung:
Remaja Rosdakarya.
- DeVellis, R. F. 2017. *Scale Development: Theory and Applications* (Fourth Edi).
Los Angeles: Sage Publications.
- Effendy, Onong Uchaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*.
Bandung: PT. Citra Aditia Bakti. PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori, Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.
Citra Aditya Bakti.

- Effendy, Onong Uchaja. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hidayat, Dedy Nur. 2007. Pengantar Komunikasi Massa, jakarta : Rajawali Pers
- Hikmat, M. Mahi. 2011. *Metode Penelitian* (Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra). Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indrawan, R., dan Yaniawati, R. P. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran (Edisi Revisi)*. (N. F. Atif, Ed.) (Revisi). Bandung: Refika Aditama.
- Jahja, Yudrik. 2011. *Psikologi Perkembangan, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kusnendi. 2017. *Analisis Jalur Satu dan Multigrup Sampel dengan Amos*. SPS UPI Bandung.
- Kusnendi. 2008. *Model-model Persamaan Struktural Satu dan Multigroup Sampel sengan LISREL*. Bandung: Alfabeta.
- Kusnendi. 2017. *Deskripsi Variabel Penelitian (Handout 4)*. Bandung: Pascasarjana Universitas Kuningan.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kuswandi, Wawan. 2008. *Komunikasi Massa (Analisis Interaktif Budaya Massa)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Latief, Rusman dan Yustiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Non-drama: Kreatif, Produksi, Public Relation, dan Iklan*. Jakarta
- Lynch, Annette dan Mitchell Strauss. 2007. *Changing Fashion (A Critical Introduction To Trend Analysis and Meaning)*. New York, NY 10010, USA ISSN: 1360-466X
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Mulkan, Dede. 2013. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Arsad Press, Bandung.

- Morrisan. Wardhani, Andy dan Hamid, Farid. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya dan Masyarakat*. Bogor: PT Ghalia Indonesia
- Nur Hidayat, M. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Rakhmat, J. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh dan Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Cetakan Pertama*. Bandung: Alfabeta
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Rohmana, Y. 2010. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi FPEB UPI.
- Slameto. 1995, *Belajar dan Faktor Yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya: Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya: Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Severin Werner J. dan James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, Edisi Ke-5*. Jakarta: Kencana

Severin, Werner J dan James, W. 2009. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan di Dalam Media Massa. Edisi Ke-5. Jakarta: Kencana

Shanahan, James dan Morgan, Michael. 2004. Television and its Viewers Cultivation Theory and Research. Published by The Press Syndicate of The University Of Cambridge. The Pitt Building, Trumpington Street, Cambridge, United Kingdom

Unde, Andi. 2014. Televisi dan Masyarakat Pluralistik, Edisi Pertama. Jakarta: Prenada

Vivian, John. 2008. Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan. Jakarta: Kencana

Wiryanto. 2000. Teori Komunikasi Massa, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia

Sumber Jurnal

Apuke, Oberiri. 2016. *Influence of Television Programmes on Youth Dressing Pattern in Nigerian Tertiary Institutions*. Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: Arts & Humanities - Psychology. Volume 16 Issue 6 Version 1.0. Online ISSN: 2249-460x & Print ISSN: 0975-587X

Wok, Saodah dan Mohd, Shafizan. 2014. *The impact of tv and magazine on fashion and dressing of urban women of different ages*. Jurnal Pengajian Media Malaysia/Malaysian Journal of Media Studies. International Islamic University Malaysia.

Apuke, Oberiri. 2016. *The Influence of Home Movies On The Dressing Pattern Of Students at Taraba State University, Jalingo, Nigeria*. New Media and Mass Communication Journal. Vol 56. ISSN 2224-3257 (Paper) ISSN 2224-3275 (Online).

Zareem, Saima. Dr Arshad Ali dan Shafi, Shaira. 2014. *Effect of TV Fashion Show on Dressing Style of Female Students of University of Gujarat*. IOSR Journal Of Humanities And Social (IOSR-JHSS). Volume 19. Issue 4, Ver. VII. PP 79-97. e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845.

Septianie, Astri. 2013. Pengaruh menonton tayangan sinetron love in paris terhadap perubahan perilaku remaja pada siswa smp negeri 4 samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi, 2013, 1 (4) :53-62 ISSN 0000-0000.