

**PENGARUH TREN FASHION TERHADAP IMPLEMENTASI  
NILAI-NILAI DAKWAH DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
AR-RANIRY**

**SKRIPSI**

Diajukan Oleh:

**AULIA RAMADHANTI**

Nim.220403004

Program Studi Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**

**DARUSSALAM - BANDA ACEH**

**2026 M/1447 H**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

**Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh**

**Sebagai salah satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1**

**Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi**

**Jurusan Manajemen Dakwah**

**Oleh:**

**AULIA RAMADHANTI**

**NIM.220403004**

**Disetujui Oleh:**

**جامعة الرانيري**

**Pembimbing 1**

**A R - R A N I R Y**

**Pembimbing 2**

  
**Kamaruddin, MA**

  
**Fakhruddin, MM**

**Nip.196904141998031002**

**Nip.196406162014111002**

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ilmu Dakwah Jurusan Manajemen Dakwah


Diajukan Oleh

**AULIA RAMADHANTI**  
NIM. 220403004  
Pada Hari/Tanggal


Kamis, 29 Januari 2026 M  
10 Syakban 1447 H

di  
Darussalam – Banda Aceh  
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua

  
**Kamaruddin S. Ag., M.A.**  
NIP. 19690414998031002

Sekretaris

  
**Fakhruddin, S.E., M.M.**  
NIP. 196406132014111002

Penguji I

  
**Rahmatu Akbar, S.Sos.I., M.Ag.**  
NIP. 199010042020121015

Penguji II

  
**Khairul Habibi, S.Sos.I., M.Ag.**  
NIP. 1991112520232110000

Mengetahui  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
**Prof. Dr. Kusmanwati Hatta, M. Pd.**  
NIP. 196412201984122001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Aulia Ramadhanti  
NIM : 220403004  
Jenjang : Sarjana S-1  
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, Januari 2026

Yang Menyatakan,



Aulia Ramadhanti  
NIM. 220403004

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

## ABSTRAK

Perkembangan tren fashion di era globalisasi dan media digital memberikan pengaruh signifikan terhadap pola berpakaian mahasiswa, termasuk di lingkungan perguruan tinggi Islam. Fenomena ini menimbulkan persoalan ketika tren fashion modern tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai dakwah Islam, khususnya dalam penerapan etika berpakaian Islami. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh serta mengukur besarnya pengaruh tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 mahasiswa yang dipilih secara acak dari lima fakultas. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS, setelah melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, dan homogenitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap implementasi nilai-nilai dakwah mahasiswa, dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien determinasi sebesar 51,2%. Temuan ini menunjukkan bahwa tren fashion memiliki peran penting dalam membentuk perilaku berpakaian mahasiswa dan berpotensi menjadi sarana dakwah bil-hal apabila diselaraskan dengan prinsip syariat Islam.

**Kata Kunci:** *Tren Fashion, Nilai-Nilai Dakwah, Mahasiswa UIN Ar-Raniry*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Tren Fashion Terhadap Implementasi Nilai-Nilai Dakwah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.” Shalawat bermahkota salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SWT, keluarga, serta para sahabat beliau sekalian.

Pertama, ungkapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada bapak kamaruddin, S.Ag., M.A sebagai pembimbing pertama pada tugas akhir ini dan ucapan terima kasih sebesar – besarnya juga kepada bapak Fakhruddin, S.E., M.M sebagai pembimbing kedua pada tugas akhir penulis. Yang telah sabar membimbing, memberikan saran, dan motivasi hingga terselesaikannya karya ilmiah ini. Arahan dan masukan beliau sangat membantu dalam memperbaiki dan menguatkan isi skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang paling tulus saya hanturkan kepada keluarga tercinta, khususnya ibu saya yang menjadi sumber semangat dan doa tanpa henti. Tanpa kasih sayang, doa, dan pengorbanan mereka, tentu saya tidak dapat melalui proses ini dengan lancar.

Selanjutnya pada kesempatan kali ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak baik secara langsung atau tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Secara langsung penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT karena dengan karunianya masih memberikan kesehatan dan pikiran sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
2. Bidadari surgaku Ibu Marlina, ibu tunggal yang hebat luar biasa yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat menghadapi kerasnya dunia ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk beliau. Terimakasih sudah melahirkan, berjuang sekuat tenaga untuk memberikan kehidupan yang layak untuk saya, kerja keras dan menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada di posisi ini. Kesuksesan dan segala hal baik kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena beliau. Tolong hidup lebih lama di dunia ini, izinkan saya megabdi dan membalas segala pengorbanan yang ibu lakukan selama ini.
3. Kepada Prof.Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Banda Aceh
4. Kepada Dr. Mahmuddin, M.Si., selaku Wakil Dekan Bid. Akademik dan Kelembagaan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Banda Aceh.
5. Kepada Dr. Sakdiah, M.Ag., selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Banda Aceh.
6. Kepada pembimbing skripsi saya Bapak Kamaruddin, S.Ag.,M.A dan Bapak Fakhruddin, S.E., M.M, yang sudah sabar dalam memberikan Ilmu yang sangat banyak kepada saya dalam proses penulisan tugas akhir ini.

7. Kepada Dosen Penasehat Akademik saya Bapak Kamaruddin, S.Ag,.M.A yang telah membimbing saya sejak awal perkuliahan baik dalam pengisian KRS hingga penerimaan judul skripsi saya.
8. Kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan senyuman dan dukungan, sehingga menambahkan kekuatan semangat penulis untuk menuntut ilmu.
9. Kepada teman seperjuangan saya, yang sudah menjadi teman penulis mulai 2022 sampai saat ini dan banyak berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman yang sangat berkesan serta memberikan semangat yang paling berharga sampai terselesaikan perkuliahan ini. *See you on top, guy!!*
10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Arsy Alhanif terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberikan semangat untuk pantang menyerah. Terimakasih telah berjuang bersama sampai detik ini.
11. Terakhir, saya berterima kasih kepada satu sosok gadis yang selama ini diam –diam berjuang tanpa henti, seorang perempuan sederhana dengan hati kecil tetapi dengan impian besar. Terima kasih kepada peneliti skripsi ini yaitu diriku sendiri, Aulia Ramadhanti. Anak perempuan pertama dan harapan orang tua, harapan adik – adiknya. Terima kasih telah hadir di dunia

ini, telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kau ambil, atas semua pencapaian yang mungkin tidak dirayakan orang lain. Walaupun terkadang harapanmu tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan. Jangan lelah untuk tetap berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan dimanapun dirimu sebagai sosok yang bermanfaat untuk dirimu sendiri maupun orang lain. Aku berdoa semoga langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang – orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin.

Hanya Allah SWT yang mampu membalas setiap kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa karya ini masi jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun, agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat di masa depan.

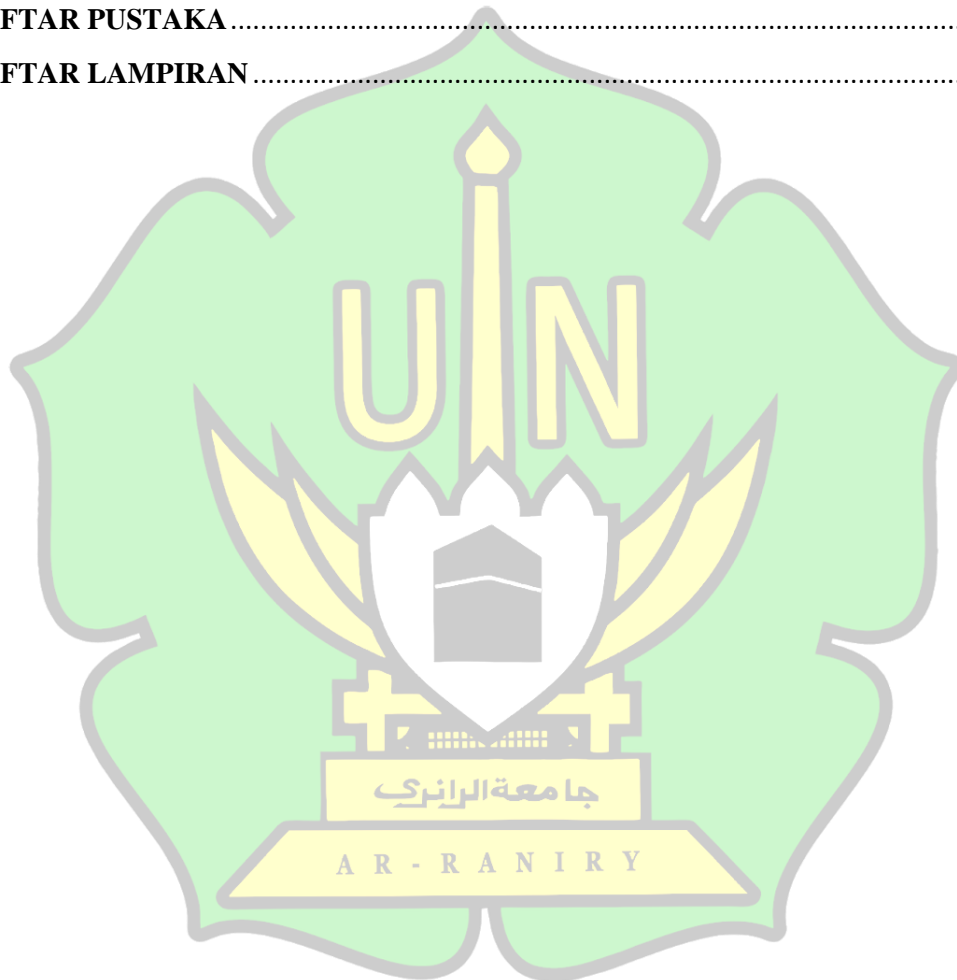
Banda Aceh, 20 Januari 2026  
Peneliti,

**Aulia Ramadhanti**  
NIM. 220403004

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Penjelasan Istilah .....	9
<b>BAB II KAJIAN TERDAHULU</b> .....	13
<b>A. Penelitian Terdahulu</b> .....	13
<b>B. Teori yang Digunakan</b> .....	18
1. Teori Tren Fashion .....	18
2. Teori Implementasi Nilai-Nilai Dakwah .....	21
C. Kerangka Berpikir .....	25
D. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	28
A. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	28
B. Pendekatan dan Metode Penelitian .....	32
1. Pendekatan penelitian .....	32
2. Metode Penelitian .....	33
C. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sample .....	33
D. Teknik Pengumpulan Data .....	36
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	39
1. Teknik Pengolahan .....	39
2. Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
1. Gambaran Universitas Islam Negeri Ar-Raniry .....	53
B. Hasil Penelitian .....	55

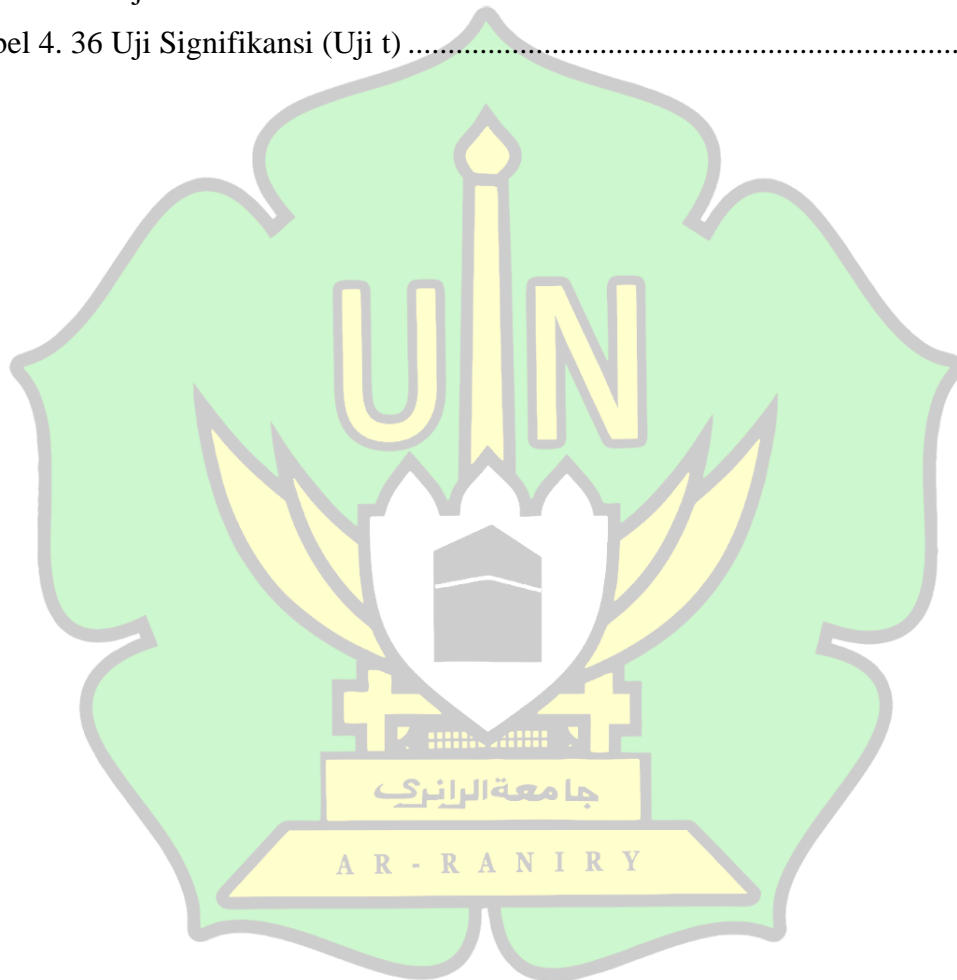
1. Karakteristik Responden .....	59
C. Pengolahan Data .....	64
D. Uji Instrumen .....	89
E. Analisis Data.....	97
F. Pembahasan.....	100
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>103</b>
A. Kesimpulan .....	103
B. Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>105</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>107</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	28
Tabel 4. 1 Populasi Fakultas UIN Ar-Raniry .....	57
Tabel 4. 2 Penentuan Pengambilan Sampel .....	59
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia Responden .....	61
Tabel 4. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Fakultas Responden .....	62
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Minat Fashion Responden .....	63
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Tren Fahion .....	65
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Mengikuti Perkembangan Model ...	67
Tabel 4. 9 Uji Skala Likert Pernyataan Mengikuti Perkembangan Model .....	68
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Berdasarkan Popularitas.....	69
Tabel 4. 11 Uji skala likert Pernyataan Gaya Berdasarkan Popularitas.....	70
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Aksesoris.....	71
Tabel 4. 13 Uji skala likert Pernyataan Penggunaan Aksesoris Perlengkapan .....	72
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Influencer .....	73
Tabel 4. 15 Uji skala likert Pernyataan Gaya Influencer .....	74
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan dan Estetika Visual .	75
Tabel 4. 17 Uji skala likert Pernyataan Kenyamanan Dan Estetika Visual .....	76
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Implementasi Nilai Dakwah .....	77
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Menutup Aurat Dengan Sempurna	80
Tabel 4. 20 Uji Skala Likert Pernyataan Menutup Aurat Dengan Sempurna .....	81
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Tidak Ketat dan Transparan .....	82
Tabel 4. 22 Uji skala likert Pernyataan Tidak Ketat dan Tidak Transparan .....	83
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Menghindari Tabbaruj .....	84
Tabel 4. 24 Uji skala likert Pernyataan menghindari Tabbaruj .....	85
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Terhadap Kesederhanaan (Tawadhu) .....	86
Tabel 4. 26 Uji skala likert Pernyataan Menjaga Kesederhanaan (Tawadhu) .....	87
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Terhadap Mencerminkan Identitas Muslim..	88
Tabel 4. 28 Uji skala likert Pernyataan Mencerminkan Identitas Muslim.....	89

Tabel 4. 29 Uji Validitas .....	90
Tabel 4. 30 Uji Reliabilitas .....	91
Tabel 4. 31 Uji Normalitas.....	92
Tabel 4. 32 Uji Linearitas.....	95
Tabel 4. 33 Uji Homogenitas .....	96
Tabel 4. 34 Analisis Regresi Sederhana.....	98
Tabel 4. 35 Uji Koefesien Determinasi.....	99
Tabel 4. 36 Uji Signifikansi (Uji t) .....	100



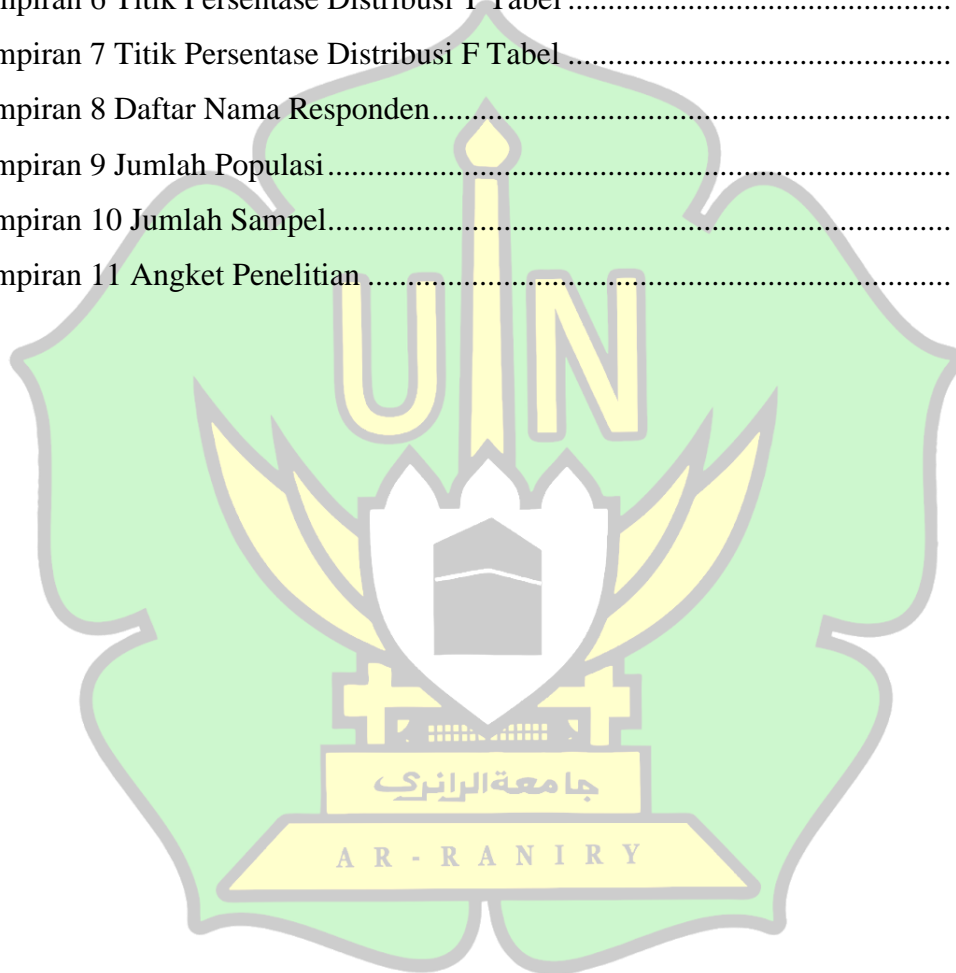
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Gambar 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia Responden .....	61
Gambar 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Fakultas .....	63
Gambar 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Minat Fashion .....	64
Gambar 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Mengikuti Model .....	68
Gambar 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Berdasarkan Popularitas....	70
Gambar 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Aksesoris.....	72
Gambar 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Influencer .....	74
Gambar 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan .....	76
Gambar 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Menutup Aurat.....	80
Gambar 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Tidak Ketat dan Transparan ....	82
Gambar 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Menghindari Tabbaruj .....	84
Gambar 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Kesederhaan (Tawadhu) .....	86
Gambar 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Mencerminkan Muslim.....	88
Gambar 4. 15 Uji Normalitas Menggunakan P-Plot.....	93
Gambar 4. 16 Uji Normalitas Menggunakan Histogram .....	94



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan (SK) Skripsi .....	107
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	108
Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian .....	109
Lampiran 4 Tabulasi Data Jawaban Responden .....	110
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS24 .....	115
Lampiran 6 Titik Persentase Distribusi T Tabel .....	126
Lampiran 7 Titik Persentase Distribusi F Tabel .....	127
Lampiran 8 Daftar Nama Responden.....	128
Lampiran 9 Jumlah Populasi.....	133
Lampiran 10 Jumlah Sampel.....	134
Lampiran 11 Angket Penelitian .....	135



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital, terutama media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, memperkuat arus globalisasi gaya hidup ini. Melalui platform-platform tersebut, mahasiswa disugahi berbagai model pakaian yang sedang tren dari berbagai negara. Para influencer dan selebritas, baik lokal maupun internasional, menjadi panutan baru yang memengaruhi selera berpakaian mahasiswa.<sup>1</sup> Fenomena ini secara tidak langsung menanamkan nilai-nilai baru yang belum tentu sejalan dengan ajaran Islam. Media sosial kini menjadi agen utama dalam pembentukan selera dan persepsi terhadap fashion, bahkan lebih kuat daripada pengaruh keluarga atau lingkungan akademik.

Perubahan zaman yang sangat cepat disertai dengan kemajuan teknologi modern telah memberikan dampak yang signifikan terhadap seluruh aspek kehidupan manusia, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu aspek yang paling menonjol dari pengaruh tersebut adalah perkembangan dunia fashion. Jika dahulu fungsi utama pakaian hanya untuk menutupi aurat dan melindungi tubuh, kini maknanya telah berkembang lebih jauh menjadi sarana ekspresi diri, simbol status sosial, dan cerminan gaya hidup seseorang. Fashion tidak lagi sekadar persoalan kebutuhan, tetapi telah menjadi bagian dari konstruksi identitas individu yang merefleksikan nilai, selera, bahkan pandangan hidup.

---

<sup>1</sup> Khufibasyaris, Y., & Suhendi, H. (2024). *Pengaruh tren hijab fashion di media sosial TikTok terhadap cara berpakaian Islami mahasiswi*. *Hikmah: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 4(1), : hlm. 1–10.

Dengan demikian, di kalangan mahasiswa, fenomena fashion menjadi sesuatu yang sangat menarik untuk diamati karena mereka berada pada fase kehidupan yang kritis masa pencarian jati diri dan pembentukan karakter. Mahasiswa sering kali berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya, termasuk melalui cara berpakaian. Dalam situasi inilah, pengaruh luar, terutama dari media sosial dan budaya global, dapat dengan mudah masuk dan membentuk persepsi tentang bagaimana seharusnya seseorang berperampilan agar diterima dan dianggap “modern.”<sup>2</sup>

Sebagai lembaga pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh memikul tanggung jawab ganda, tidak hanya berperan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga dalam pembinaan moral dan spiritual mahasiswa. Kampus ini memiliki visi untuk mencetak lulusan yang berilmu, berakhlak, dan mampu menjadi teladan dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, nilai-nilai dakwah seperti akhlakul karimah, kesopanan, dan etika berpakaian Islami menjadi bagian penting dari pembentukan karakter civitas akademika.

Observasi awal yang dilakukan peneliti di lingkungan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, ditemukan bahwa kecenderungan Mahasiswa dalam mengikuti Tren Fashion Modern cukup bervariasi di setiap fakultas. Di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK), sekitas 65% Mahasiswa menunjukkan kecenderungan mengikuti tren fashion populer, baik dari segi model pakaian maupun gaya berpakaian yang

---

<sup>2</sup> Ulfah, D. S., Nurhalim, A., & Mahanani, Y. (2024). *Faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif muslimah Generasi Z terhadap modest fashion*. Institut Pertanian Bogor.

terinspirasi dari media sosial. Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), persentase mahasiswa yang mengikuti tren fashion tercatat sekitar 58%, dengan kecenderungan mengadopsi gaya berpakaian modern namun tetap memadukannya dengan identitas keislaman. Sementara itu, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), sekitar 70% Mahasiswa terlihat mengikuti tren fashion yang sedang berkembang, khususnya dalam penggunaan aksesoris dan model busana kekinian. Di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat (FUF), persentase Mahasiswa yang mengikuti tren fashion relative lebih rendah, yakni sekitar 45% sedangkan di Fakultas Adab dan Humaniora (FAH) mencapai sekitar 60%.

Namun, dalam praktiknya, muncul dinamika yang cukup kompleks. Banyak mahasiswa menghadapi dilema antara mengikuti tren fashion yang sedang populer dengan kewajiban untuk menjaga nilai-nilai keislaman dalam berpakaian. Sebagian mahasiswa berusaha tetap konsisten dengan aturan syariat menutup aurat dengan jilbab lebar, berpakaian longgar, dan menghindari busana yang memperlihatkan bentuk tubuh. Di sisi lain, tidak sedikit pula yang lebih memilih mengikuti gaya berpakaian modern yang cenderung menonjolkan penampilan luar, bahkan kadang mengabaikan norma-norma kesopanan yang diajarkan Islam.

Islam sejatinya tidak menolak keindahan dan modernitas dalam berpakaian, asalkan tidak melanggar prinsip syariat. Dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 26 Allah SWT berfirman :

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: *“Wahai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan.”*

Ayat ini menunjukkan bahwa Islam mengakui aspek estetika dalam berpakaian, namun menempatkannya dalam batas-batas moral dan spiritual. Dengan kata lain, berpakaian yang baik bukan hanya dinilai dari keindahan bentuk dan warna, tetapi juga dari niat, tujuan, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai ketakwaan.<sup>3</sup>

Meski demikian, dalam realitas sosial kampus, banyak mahasiswa yang masih kebingungan dalam menggabungkan unsur tren dan nilai-nilai keislaman. Keinginan untuk tampil menarik, kekhawatiran akan dianggap ketinggalan zaman, serta tekanan sosial dari lingkungan sekitar sering kali membuat mereka menomorduakan nilai-nilai agama. Sebagian lainnya berupaya menyesuaikan diri dengan mencari gaya berpakaian yang tetap modis namun tetap dalam koridor syariat. Fenomena ini menunjukkan adanya proses negosiasi nilai yang terus berlangsung di antara mahasiswa dalam menentukan identitas dirinya sebagai muslim modern.

Dalam konteks sosial-budaya, tren fashion yang berkembang di kalangan mahasiswa bukan hanya soal estetika, tetapi juga mencerminkan nilai, cara berpikir, dan tingkat pemahaman keagamaan mereka. Fashion menjadi ruang di mana mahasiswa mengekspresikan identitas diri sekaligus menguji sejauh mana mereka mampu menginternalisasi ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Bagi mahasiswa UIN Ar-Raniry, gaya berpakaian dapat menjadi indikator sejauh mana nilai-nilai dakwah telah terimplementasi secara nyata di lingkungan kampus.

---

<sup>3</sup> Sofyan, N. K. A., & Fauzyah, D. N. (2025). *Pengaruh media sosial, perspektif, dan kesadaran masyarakat dalam dunia fashion sesuai syariat Islam di Solo Raya*. BISMAK,

Sebagai agen perubahan (*agent of change*), mahasiswa diharapkan mampu menjadi teladan dalam menjaga citra keIslaman. Namun kenyataannya, sebagian di antara mereka lebih fokus pada penampilan lahiriah tanpa memperhatikan makna dakwah yang terkandung dalam cara berpakaian. Hal ini menunjukkan adanya jarak antara pemahaman konseptual tentang nilai keislaman dengan praktik keseharian. Dalam hal ini, berpakaian seharusnya tidak hanya dipahami sebagai pemenuhan kebutuhan fisik, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang mengandung pesan moral dan dakwah. Pakaian yang sopan, bersih, dan sesuai syariat sejatinya merupakan salah satu bentuk *dakwah bil-hal*, yakni dakwah melalui perilaku nyata. Mahasiswa yang tampil dengan cara berpakaian Islami secara tidak langsung menyampaikan pesan moral tentang kesopanan, kesederhanaan, dan identitas keislaman tanpa perlu banyak berbicara. Namun, jika fashion dijadikan alat untuk pamer, menonjolkan diri, atau bahkan meniru gaya hidup yang tidak sesuai dengan nilai Islam, maka hakikat dakwah itu sendiri menjadi tereduksi.

Tekanan sosial yang datang dari budaya populer dan media digital menambah kompleksitas persoalan ini. Standar kecantikan dan penampilan yang ditampilkan media sering kali bertentangan dengan nilai-nilai kesopanan dan kesederhanaan yang diajarkan Islam. Tidak jarang, mahasiswa yang aktif di dunia maya menjadikan fashion sebagai ajang eksistensi diri, bukan sebagai wujud keimanan atau bentuk pengamalan nilai dakwah. Hal ini menuntut peran aktif institusi

pendidikan Islam dalam menanamkan pemahaman yang benar tentang makna berpakaian Islami di tengah pengaruh budaya global yang sangat kuat.<sup>4</sup>

Sebagai lembaga pendidikan Islam, UIN Ar-Raniry memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran mahasiswa bahwa berpakaian Islami bukan sekadar kewajiban normatif, melainkan bagian dari implementasi nilai dakwah. Pembinaan dan sosialisasi tentang etika berbusana perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui berbagai kegiatan akademik dan non-akademik, seperti seminar, pelatihan, hingga pembinaan karakter Islami. Pendekatan edukatif yang mengedepankan kesadaran spiritual akan lebih efektif dibanding sekadar penegakan aturan berpakaian secara formal.

Penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan karena tren fashion bukan hanya berdampak pada gaya hidup mahasiswa, tetapi juga pada pembentukan karakter religius mereka. Dari sisi psikologis, fashion memengaruhi cara mahasiswa menilai diri dan orang lain. Dari sisi sosial, ia membentuk norma baru yang mendefinisikan citra “mahasiswa modern.” Sedangkan dari sisi dakwah, fashion menjadi sarana komunikasi nilai yang sangat kuat baik untuk memperkuat maupun justru melemahkan pesan moral Islam.

Dengan demikian, fenomena tren fashion di kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry merupakan refleksi dari dinamika nilai-nilai dakwah yang hidup di lingkungan kampus. Penelitian ini berupaya untuk menelaah sejauh mana tren fashion mempengaruhi implementasi nilai-nilai dakwah di kalangan mahasiswa

---

<sup>4</sup> Purwanto, D., Fauzan, R., & Afifah, N. (2025). *Pengaruh media sosial dan cross cultural marketing terhadap impulsive buying fashion fast fashion Gen Z. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*

serta bagaimana keseimbangan antara tuntutan modernitas dan ketaatan terhadap nilai Islam dapat diwujudkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi universitas dalam menyusun kebijakan pembinaan etika berpakaian yang tidak hanya menekankan aspek aturan, tetapi juga aspek kesadaran moral dan spiritual, sehingga fashion dapat menjadi sarana dakwah, bukan sekadar tren gaya hidup semata.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tren fashion mempengaruhi cara berbusana mahasiswa dan bagaimana dampaknya terhadap penerapan nilai-nilai dakwah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi aktual berbusana mahasiswa UIN Ar-Raniry dan menjadi bahan pertimbangan bagi pihak kampus dalam membuat kebijakan yang dapat membimbing mahasiswa untuk berpakaian yang sesuai dengan nilai-nilai Islam tanpa menghilangkan sisi *fashionable*-nya.

#### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry?
2. Seberapa besar pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
2. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Menambahkan ilmu pengetahuan tentang hubungan antara fashion dan nilai-nilai keislaman.
- b. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu dakwah khususnya dalam konteks dakwah melalui gaya berpakaian.
- c. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan fashion dan nilai-nilai agama.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa yaitu sebagai penelitian ini bisa menjadi bahan introspeksi dan evaluasi tentang cara berbusana yang sesuai dengan nilai-nilai Islam
- b. Bagi kampus yaitu sebagai bahan pertimbangan dalam membuat aturan dan pembinaan tentang etika berbusana kampus.

- c. Bagi masyarakat yaitu sebagai edukasi tentang pentingnya menyelaraskan fashion dengan nilai-nilai keislaman,

#### E. Penjelasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman bagi pembaca dalam memahami istilah yang ada dalam penulisan ini, maka peneliti perlu menjelaskan istilah yang terdapat dalam penulisan penelitian ini. Adapun istilah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

##### 1. Tren Fashion

Tren fashion dimaknai sebagai dinamika perubahan gaya berpenampilan yang muncul serta diadaptasi secara luas oleh mahasiswa dalam kurun waktu tertentu sebagai hasil dari pengaruh budaya populer, arus globalisasi, media digital, dan lingkungan sosial kampus. Tren fashion tidak hanya merujuk pada jenis pakaian yang sedang diminati, tetapi juga mencakup kecenderungan estetika yang menggambarkan modernitas, seperti variasi desain, motif, warna, aksesoris, dan pilihan merek tertentu yang mencerminkan gaya hidup kontemporer. Pada era digital, konstruksi tren fashion banyak dibentuk melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta platform belanja daring yang menampilkan konten visual berupa rekomendasi gaya berpakaian yang kemudian memengaruhi preferensi mahasiswa dalam menentukan standar penampilan yang ideal. Oleh karena itu, fashion tidak lagi dipandang sekadar sebagai kebutuhan fungsional

dalam menutup tubuh, melainkan sebagai media ekspresi diri, pembentukan identitas sosial, dan representasi gaya hidup generasi muda di lingkungan kampus.<sup>5</sup>

## 2. Nilai-Nilai Dakwah

Nilai-Nilai dakwah dipahami sebagai seperangkat ajaran dan prinsip Islam yang berfungsi membimbing umat menuju perilaku yang benar dan bermoral melalui proses penyampaian nilai, pengarahan, dan pembinaan yang berlandaskan Al-Qur'an serta Sunnah. Nilai dakwah tidak hanya terealisasi melalui komunikasi lisan seperti ceramah atau nasihat, tetapi juga termanifestasi dalam tindakan nyata atau *dakwah bil-hal*, yaitu penyampaian pesan keislaman melalui perilaku sehari-hari yang mencerminkan akhlak terpuji.

Secara konseptual, nilai-nilai dakwah mencakup tiga dimensi utama yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain, yaitu dimensi akidah, akhlak, dan syariah. Dimensi akidah berkaitan dengan aspek keyakinan kepada Allah SWT yang menjadi dasar setiap tindakan dan keputusan seorang Muslim. Dimensi akhlak berhubungan dengan sikap dan perilaku moral yang mencerminkan etika Islam, seperti kesopanan, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial. Sementara itu, dimensi syariah merujuk pada aturan dan ketentuan praktis dalam Islam yang mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT maupun dengan sesama manusia, termasuk ketentuan mengenai cara berpakaian yang sesuai dengan nilai-nilai Islami.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Maulidiah, L., & Nuzil, N. R. (2025). *Pengaruh fashion pakaian Bangkok dan media sosial TikTok terhadap tren fast fashion dan perilaku konsumtif Gen Z*. Jurnal MEA, 9(2), 1998–2028.

<sup>6</sup> Al-Fatih, S. (2024). *Dakwah bil-hal sebagai model komunikasi Islam modern*. Jurnal Komunikasi dan Dakwah, 8(1), 15–30.

Dalam konteks penelitian ini, nilai-nilai dakwah dipahami sebagai nilai yang dapat diinternalisasikan dan diwujudkan dalam perilaku nyata Mahasiswa, khususnya dalam hal berbusana. Cara berpakaian dipandang sebagai salah satu bentuk ekspresi nilai-nilai keislaman, karena busana tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh atau pemenuhan kebutuhan estetika, tetapi juga mencerminkan identitas, etika, dan kepatuhan terhadap ajaran Islam.

Nilai-nilai dakwah dalam penelitian ini juga berkaitan dengan perspektif Manajemen Dakwah, yaitu sebagai nilai yang memerlukan pengelolaan secara terencana dan sistematis agar dapat dipahami dan diamalkan secara efektif. Pengelolaan tersebut mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta evaluasi penyampaian pesan dakwah yang relevan dengan kondisi dan karakteristik mahasiswa. Dengan demikian, nilai-nilai dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai-nilai Islam yang dikelola dan disampaikan secara terarah untuk membimbing Mahasiswa agar mampu menyesuaikan gaya berpakaian dengan prinsip-prinsip syariah islam, tanpa mengabaikan dinamika perkembangan zaman.

### 3. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh dalam penelitian ini adalah individu yang terdaftar secara resmi sebagai peserta didik aktif di lingkungan UIN Ar-Raniry, baik laki-laki maupun perempuan, yang terlibat dalam proses pendidikan akademik dan kegiatan kemahasiswaan. Mereka merupakan generasi yang berada pada tahap perkembangan identitas, memiliki akses tinggi terhadap media digital, serta berada dalam ruang sosial yang memadukan nilai-nilai keilmuan dan keislaman. Mahasiswa dipilih sebagai objek penelitian karena menjadi kelompok

yang paling responsif terhadap pengaruh tren fashion sekaligus menjadi target pembinaan nilai dakwah kampus sebagai lembaga pendidikan Islam.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Penelitian Sebelumnya Yang Relevan

Pada bagian ini, Peneliti akan menguraikan sejumlah studi terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah. Penelitian-penelitian tersebut menjadi pijakan teoritis sekaligus pembanding dalam merumuskan kerangka konseptual penelitian ini.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Pengaruh Fashion Terhadap Religiusitas Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Indonesia	Salsabila, A. (2023)	Kuantitatif	Penelitian ini menemukan bahwa tren fashion modest dan hijab memiliki kontribusi signifikan terhadap penguatan identitas religius mahasiswa. Media sosial berperan sebagai medium utama penyebaran inspirasi gaya busana islami melalui rekomendasi	Penelitian ini fokus pada religiusitas umum dan bukan pada implementasi nilai dakwah serta tidak dilakukan di lingkungan UIN Ar-Raniry.

				OOTD, konten influencer, dan kampanye brand. Penelitian menegaskan bahwa preferensi fashion tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga berkaitan dengan ekspresi keagamaan dan representasi diri sebagai muslimah modern.	
2	Media Sosial dan Pembentukan Gaya Hidup Mahasiswa Muslim	Hidayati, R.(2022)	Mixed Method	Studi ini mengungkap bahwa media sosial membentuk gaya hidup visual mahasiswa muslim, terutama dalam aspek konsumsi fashion, tren hijab, dan gaya berpenampilan sehari-hari. Konten digital seperti video tutorial gaya iklan fashion, dan	Penelitian ini berorientasi pada gaya hidup mahasiswa bukan pada penerapan nilai dakwah dalam fashion.

				<p>rekomendasi influencer membentuk standar estetika baru yang mempengaruhi pilihan mahasiswa dalam berpakaian.</p>	
3	<p>Tren Hijab dan Identitas Keislaman Remaja Muslim di Era Digital</p>	<p>Putri &amp; Nanda (2021)</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Penelitian ini menjelaskan bahwa tren hijab modern berkembang akibat eksposur terhadap influencer muslim dan brand fashion syar'i. remaja memandang hijab tidak hanya sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan identitas sosial. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman nilai syariat sering kali tidak</p>	<p>Fokus objek pada remaja dan tidak mengukur implementasi nilai dakeah secara spesifik.</p>

				sejalan dengan tren visual yang ditampilkan di media.	
4	Internalisasi Nilai Dakwah melalui Penampilan Berbusana Mahasiswa Muslim	Karimah, N.(2020)	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa penampilan berbusana dapat dijadikan sarana dakwah bil-hal apabila memenuhi prinsip kesopanan, menutup aurat, dan sederhana.</p> <p>Mahasiwi menggunakan pakaian sebagai bentuk representasi identitas keislaman dan cara menyapaian pesan moral tanpa komunikasi verbal. Penelitian menekankan perlunya kesadaran spiritual dalam memilih pakaian</p>	Tidak meneliti pengaru tren fashion sebagai variable utama, hanya fokus nilai dakwah dalam berbusana.

				sebagai bentuk pengalaman dakwah.	
5	Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Berpakaian Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga	Yusuf & Halim (2024)	Kuantitatif	Penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara paparan konten fashion di media sosial dan pola berpakaian mahasiswa, termasuk preferensi gaya modern, pemilihan merek, dan kecenderungan mengikuti tren viral. Media sosial berperan sebagai agen pembentuk persepsi penampilan ideal yang kemudian menjadi acuan dalam kehidupan kampus.	Tidak meneliti hubungan fashion dengan nilai dakwah, hanya fokus pada pengaruh media sosial.

## B. Teori yang Digunakan

### 1. Teori Tren Fashion

Pengertian fashion sendiri berasal dari kata bahasa latin, yaitu *factio*, kata tersebut memiliki makna membuat atau melakukan. Arti kata fashion merujuk pada kegiatan, secara umum fashion merupakan suatu perilaku yang dilakukan oleh seseorang, tidak seperti dewasa ini yang memaknai fashion sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. Menurut Polhemus dan Procter mengatakan bahwa dalam masyarakat kontemporer Barat, istilah fashion sering digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana.<sup>7</sup>

Mary D,dkk mendefinisikan Fashion merupakan suatu gaya yang diterima dan digunakan oleh sebagian besar anggota dalam suatu kelompok pada periode waktu tertentu. Fashion dapat dimaknai sebagai mode, gaya, cara berbusana, maupun pakaian. Dengan demikian, produk fashion adalah sebagai barang yang dihasilkan melalui proses produksi, seperti pakaian, celana, tas, sepatu, serta berbagai aksesoris lain yang berfungsi untuk menunjang penampilan penggunanya.<sup>8</sup>

Fashion dalam pengertian luas mencakup, diantaranya: pertama, setiap busana yang digunakan pada badan, seperti baju, celana, sarung, dan lainnya. Kedua, setiap benda yang melengkapi busana tersebut, seperti: selendang, topi, kaos kaki, kaos tangan dan lainnya. Ketiga, setiap benda yang memiliki

---

<sup>7</sup> Wicaksono, M. A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 74-85.

<sup>8</sup> Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Hamidah, S. A. N., Rihhadatull'Aisy, R. A., & Oktavia, R. (2024). Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 953-961.

fungsi sebagai hiasan untuk mendapatkan keindahan, seperti: gelang, cincin dan lainnya. Menurut perspektif islam yaitu berbagai jenis pakaian yang dipakai untuk menutupi bagian-bagian tubuh yang tidak pantas untuk diperlihatkan kepada public yang pada intinya harus dikaitkan dengan sikap ketaqwaan yang menyangkut nilai psikologis terhadap pemakaiannya dalam menumbuhkan konsep diri namun dengan memperlihatkan bentuk mode pakainya, warna, keindahan. Jadi pakaian menambahkan kepercayaan diri dan sebagai jati diri, namun tidak hanya sekedar menutupi badn yang perlu diperhatikan adalah fashion yang ditampilkan sesuai dengan prinsip syariah.<sup>9</sup>

Menurut Frings, tren fashion merupakan siklus perubahan yang menggambarkan perilaku sosial dan budaya masyarakat dalam mengekspresikan identitas diri melalui busana. Tren tersebut muncul, berkembang, mencapai puncak popularitas, kemudian menurun dan akhirnya digantikan oleh tren baru yang lebih segar. Hal ini menunjukkan bahwa dunia fashion bersifat dinamis dan terus bergerak mengikuti perubahan nilai, teknologi, serta gaya hidup masyarakat.<sup>10</sup>

Suryani menambahkan bahwa tren fashion merupakan fenomena sosial yang erat kaitannya dengan perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat modern. Perkembangan teknologi, terutama media sosial, memiliki peran besar dalam membentuk tren fashion. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, model pakaian dapat dengan cepat

---

<sup>9</sup> Awaluddin, M., & Syam, A. (2024). Tren Fashion Syariah dalam Digitalisasi Marketing di Era Milineal dan Gen Z. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2172-2178.

<sup>10</sup> Frings, G. S. (2010). *Fashion: From Concept to Consumer*. Pearson Education.

menjadi viral dan diikuti oleh banyak orang dalam waktu singkat. Hal ini membuktikan bahwa media memiliki kekuatan besar dalam menciptakan dan menyebarkan tren fashion global yang kemudian diadaptasi secara lokal.<sup>11</sup>

Dengan demikian, *tren fashion* merupakan hasil interaksi berbagai faktor sosial, budaya, ekonomi, psikologis, dan perkembangan teknologi. Perubahan tren tersebut mencerminkan dinamika masyarakat yang berkembang dalam mencari bentuk-bentuk ekspresi baru guna menegaskan identitas atau jati diri mereka. Di kalangan remaja dan mahasiswa, tren fashion kerap berfungsi sebagai simbol modernitas sekaligus sarana dalam proses pembentukan jati diri. Fashion digunakan sebagai media untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial, memperoleh pengakuan, serta membangun citra diri sesuai dengan keinginan individu.<sup>12</sup>

Namun, dalam perspektif Islam, tren fashion perlu dipahami secara bijak agar tidak bertentangan dengan nilai-nilai moral dan etika berpakaian yang telah diatur dalam syariat. Islam tidak melarang umatnya untuk tampil indah dan mengikuti perkembangan zaman, tetapi tetap menekankan batas-batas kesopanan, kesederhanaan, serta fungsi utama pakaian sebagai penutup aurat.<sup>13</sup> Oleh karena itu, seorang muslim atau muslimah dituntut untuk

---

<sup>11</sup> Suryani, A. (2020). *Peran media sosial dalam penyebaran tren fashion global*. Jurnal Ilmu Sosial.

<sup>12</sup> Putri, R. N. A., AFIN, M., & Indarti, N. (2023). *Trend Fashion Muslim Abaya Perspektif Pemasaran Islam*.

<sup>13</sup> Zamah Sari, T. T., & Anjani, D. L. (2023). *Analisis pengaruh halal lifestyle dan Islamic branding terhadap keputusan milenial Muslim membeli produk fashion*.

mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan fashion tanpa harus mengorbankan nilai-nilai keislaman yang menjadi prinsip hidupnya.

## 2. Teori Implementasi Nilai-Nilai Dakwah

Dalam pandangan Islam, berpakaian bukan hanya sekadar urusan penampilan fisik, tetapi juga menjadi bagian penting dari penerapan nilai-nilai dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Pakaian mencerminkan identitas, akhlak, serta tingkat keimanan seseorang. Oleh karena itu, Islam menuntun umatnya untuk berpakaian dengan sopan, menutup aurat, dan tidak meniru gaya berpakaian yang bertentangan dengan prinsip syariat. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT pada Q.S. Al-A'raf ayat 26 yang berbunyi:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسَ التَّقْوَىٰ ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: *“Wahai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan.”*

Ayat tersebut menunjukkan bahwa Islam memberikan perhatian besar terhadap etika berbusana. Allah tidak melarang umat-Nya untuk tampil indah dan menarik, karena keindahan adalah bagian dari fitrah manusia. Namun, keindahan itu harus tetap berada dalam batas kewajaran dan sesuai dengan ketentuan agama, yaitu menutup aurat serta menghindari sikap berlebihan yang dapat menimbulkan kesombongan atau meniru budaya yang bertentangan dengan nilai Islam. Dengan demikian, berpakaian bukan hanya persoalan gaya atau tren, tetapi juga bentuk ketaatan dan ibadah kepada Allah SWT.

Menurut Yusuf Al-Qardhawi, pakaian seorang muslim idealnya memenuhi beberapa syarat utama, yaitu: menutup aurat dengan sempurna, tidak ketat atau membentuk tubuh, tidak tembus pandang, serta tidak menyerupai pakaian lawan jenis atau simbol-simbol agama lain. Prinsip ini menegaskan bahwa pakaian yang sesuai dengan nilai Islam mencerminkan kehormatan diri sekaligus menjadi bentuk *dakwah bil hal*, yaitu dakwah melalui perilaku nyata. Dengan berpakaian sesuai tuntunan agama, seseorang telah menyampaikan pesan moral dan religius tanpa harus banyak berkata-kata. Implementasi nilai-nilai dakwah dalam berpakaian juga menjadi cerminan dari tingkat kesadaran beragama seseorang. Mahasiswa yang memahami nilai dakwah biasanya akan lebih selektif dalam menyesuaikan tren fashion agar tidak keluar dari batas syariat. Mereka berusaha untuk tetap tampil modern namun sederhana, menjaga kesopanan, serta menghindari pakaian yang terlalu mencolok atau memperlihatkan aurat.

Dalam perspektif keilmuan Manajemen Dakwah, dakwah dipahami bukan sadar aktivitas penyampaian pesan keagamaan, tetapi sebagai suatu proses pengelolaan yang terencana, sistematis, dan berorientasi pada perubahan perilaku mad'u. Munir dan Ilaihi menyatakan bahwa manajemen dakwah merupakan proses perencanaan, perorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan dakwah guna mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien.<sup>14</sup> Nilai-nilai dakwah pada hakikatnya merupakan seperangkat ajaran islam yang mengatur hubungan manusia dengan Allah, sesama manusia

---

<sup>14</sup> Munir, M., & Ilaihi, W. **Manajemen Dakwah**. Jakarta: Kencana.

dan lingkungan sekitarnya. Menurut Ali Aziz, nilai dakwah mencakup nilai akidah, syariah, dan akhlak yang harus diwujudkan secara nyata dalam perilaku individu dan sosial. Dalam konteks mahasiswa, internalisasi nilai-nilai tersebut menjadi penting karena Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai peserta didik, tetapi juga sebagai agen perubahan (*agent of change*) yang diharapkan mampu menampilkan identitas keislaman dalam kehidupan sehari – hari, termasuk dalam aspek berpakaian.

Implementasi nilai-nilai dakwah melalui gaya berpakaian Mahasiswa dapat dianalisis menggunakan pendekatan fungsi manajerial POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*), pendekatan ini relevan karena memberikan kerangka analisis yang komprehensif dalam melihat bagaimana nilai dakwah direncanakan, dikelola, dilaksanakan, dan dievaluasi dalam suatu organisasi, termasuk institusi pendidikan Islam. Pada fungsi *planning* (perencanaan), institusi pendidikan Islam memiliki tanggung jawab dalam merumuskan visi, kebijakan, serta program yang mengintegrasikan nilai-nilai busana islami. Dan perencanaan merupakan proses penentuan tujuan dan cara terbaik untuk mencapainya. Dalam konteks Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, perencanaan ini dapat diwujudkan melalui penyusunan kurikulum berbasis nilai Islam, peraturan akademik, serta kegiatan kemahasiswaan yang mendorong terbentuknya kesadaran berpakaian sesuai syariat. Fungsi *Organizing* (perorganisasian) berkaitan dengan pengaturan sumber daya manusia dan pembagian peran dalam pelaksanaan dakwah. Perorganisasian adalah proses pengelompokan kegiatan penguasaan wewenang, dan koordinasi

sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini, pengorganisasian dakwah terkait fashion Islami melibatkan pimpinan kampus, dosen, tenaga kependidikan, serta organisasi mahasiswa dalam mengemas pesan dakwah agar sesuai dengan karakter dan gaya hidup mahasiswa modern. Selanjutnya, *Actuating* (pelaksanaan) merupakan tahap penggerakan seluruh elemen organisasi untuk melaksanakan rencana yang telah disusun. Dan *actuating* berfungsi mengarahkan dan memotivasi individu agar bekerja secara sukarela demi tercapainya tujuan organisasi. Pelaksanaan dakwah nilai busana Islami dapat dilakukan melalui keteladanan civitas akademik, sosialisasi aturan berpakaian, pembinaan karakter, serta berbagai kegiatan dakwah kampus yang bersifat persuasif dan edukatif serta *controlling* (pengawasan) berfungsi untuk menilai dan memastikan bahwa pelaksanaan dakwah berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan. Pengawasan merupakan proses pemantauan, evaluasi, dan koreksi terhadap pelaksanaan kegiatan agar sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Dalam konteks ini, pengawasan tidak hanya bersifat represif, tetapi juga edukatif, yaitu membangun kesadaran mahasiswa agar konsisten menerapkan nilai-nilai dakwah dalam berpakaian.<sup>15</sup>

Oleh karena itu, berpakaian dalam perspektif Islam dan manajemen Dakwah tidak dapat dipandang semata-mata sebagai pilihan personal atau sekedar mengikuti tren fashion yang berkembang di kalangan mahasiswa. Berpakaian merupakan bagian dari implementasi nilai-nilai dakwah yang mencerminkan identitas keislaman, akhlak, serta tingkat kesadaran beragama seseorang.

---

<sup>15</sup> Hantono, S. E., Wijaya, S. F., & SE, M. (2025). *Pengantar manajemen*. Penerbit Widina.

Dalam konteks perguruan tinggi Islam, penerapan nilai dakwah dalam berpakaian menjadi tanggung jawab bersama antara individu mahasiswa dan institusi sebagai pengelola dakwah. Melalui pendekatan manajerial POAC, nilai-nilai busana islami dapat direncanakan secara sistematis, diorganisasikan melalui peran civitas akademika, dilaksanakan melalui keteladanan dan pembinaan, serta diawasi melalui mekanisme evaluasi yang edukatif. Dengan pengelolaan dakwah yang efektif, mahasiswa diharapkan mampu menyesuaikan tren fashion modern dengan prinsip syariat Islam, sehingga berpakaian tidak hanya menjadi bentuk ekspresi diri, tetapi juga sarana dakwah bil-hal yang mencerminkan ketaatan, kesopanan, dan nilai-nilai Islam dalam kehidupan kampus.

### C. Kerangka Berpikir

Hubungan antara tren fashion dan implementasi nilai-nilai dakwah bersifat dinamis dan saling memengaruhi. Tren fashion yang berkembang pesat di kalangan mahasiswa dapat menimbulkan dua dampak sekaligus. Di satu sisi, tren fashion bisa menjadi sarana positif untuk menunjukkan identitas muslim yang modern dan kreatif.<sup>16</sup> Namun di sisi lain, jika tidak disaring dengan pemahaman agama yang kuat, tren tersebut dapat menjauhkan mahasiswa dari nilai-nilai dakwah Islam.

Mahasiswa yang memahami konsep dakwah akan berusaha menyelaraskan penampilan dengan ajaran agama. Sebaliknya, mahasiswa yang hanya mengikuti

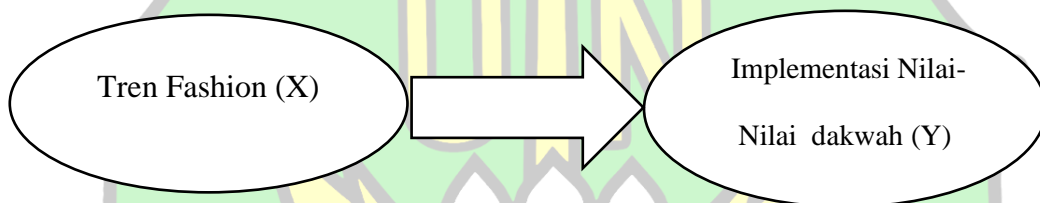
---

<sup>16</sup> Khafidhoh, A. N., & Susilo, E. (2025). *Pengaruh Tren Fashion, Gaya Hidup, Literasi Syariah terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di UNISNU Jepara*. *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, dan Hukum Ekonomi*, 5(1), 90–109.

tren tanpa pertimbangan nilai Islam cenderung meniru gaya yang tidak sesuai dengan syariat. Oleh karena itu, pemahaman nilai dakwah menjadi faktor penting yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh tren fashion dalam kehidupan sehari-hari.

Variabel dalam penelitian ini meliputi dua variable. Variable independent, yaitu variable yang membahas tren fashion, dan variable dependent, yaitu variable yang membahas implementasi nilai-nilai dakwah.

Dari pembahasan di atas dapat dibuat kerangka model penelitian, dapat dilihat seperti diagram berikut ini:



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap suatu permasalahan penelitian yang disusun dalam bentuk pernyataan. Disebut sementara karena kebenarannya masih didasarkan pada teori dan kajian pustaka yang relevan, belum dibuktikan melalui penelitian langsung. Oleh karena itu, hipotesis perlu diuji secara empiris agar dapat diketahui apakah benar atau tidak.

Dalam konteks penelitian ilmiah, hipotesis dapat dipahami sebagai perkiraan yang paling rasional dan memiliki dasar ilmiah dibandingkan sekadar pendapat biasa. Keberadaan hipotesis berfungsi sebagai acuan awal untuk mencari solusi dari permasalahan penelitian, dan hasil pengujian data nantinya akan menentukan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau harus ditolak.

Secara teknis, hipotesis merupakan pernyataan mengenai kondisi atau karakteristik suatu populasi yang validitasnya perlu dibuktikan melalui analisis data yang diperoleh dari sampel penelitian. Dalam bidang statistik, hipotesis dipahami sebagai pernyataan tentang suatu parameter tertentu yang akan diuji menggunakan metode analisis statistik. Selain itu, hipotesis juga mengandung unsur prediksi terhadap kemungkinan kejadian di masa mendatang, berdasarkan teori dan data yang telah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yang dapat digunakan antara lain:

**1. Hipotesis Nol ( $H_0$ ):**

Tidak terdapat pengaruh antara tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Dengan kata lain, tren fashion tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap tingkat penerapan nilai-nilai dakwah pada mahasiswa.

**2. Hipotesis Alternatif ( $H_1$ ):**

Terdapat pengaruh antara tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Artinya, perubahan atau perkembangan tren fashion memiliki hubungan yang signifikan dengan cara mahasiswa menerapkan nilai-nilai dakwah dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal berbusana dan bersikap.

**BAB III**  
**METODE PENELITIAN**

A. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan, berikut adalah definisi operasional dan indicator dari variable penelitian:

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan
Tren Fashion (X)						
1.	Tren Fashion	Fashion merupakan suatu gaya yang diterima dan digunakan oleh sebagian besar anggota dalam suatu kelompok pada waktu	1. Mengikuti perkembangan model terbaru ( <i>uptodate</i> ) 2. Gaya berdasarkan tren/viral. 3. Penggunaan aksesoris pelengkap	1-5	Interval	A1-A5

		<p>tertentu.</p> <p>Fashion</p> <p>dapat</p> <p>dipahami</p> <p>sebagai</p> <p>mode,gaya,se</p> <p>rta cara</p> <p>seseorang</p> <p>dalam</p> <p>berpakaian.</p> <p>Produk</p> <p>fashion</p> <p>adalah</p> <p>berbagai</p> <p>barang yang</p> <p>dihasilkan</p> <p>melalui</p> <p>proses</p> <p>produksi,</p> <p>seperti</p> <p>pakaian,cela</p> <p>na,tas dan</p> <p>beragam</p> <p>aksesoris</p> <p>lainnya yang</p>	<p>4.gaya</p> <p>influencer</p> <p>5.kenyamanan</p> <p>dan estetika</p> <p>visual</p>			
--	--	---	---	--	--	--

		berperan dalam menunjang penampilan pemakainya agar tidak ketinggalan jaman (Marry D,DKK)				
Implementasi Nilai-Nilai Dakwah (Y)						
2.	Implemntasi Nilai-Nilai dakwah	Dalam konteks busana di lingkungan UIN Ar-Raniry, nilai dakwah merujuk pada penerapan prinsip-prinsip syariat Islam dalam berpenampilan	1. Menutup Aurat dengan sempurna 2. Tidak ketat dan tidak transparan (syar'i) 3. Menghindari <i>Tabarruj</i> (berlebihan dalam berhias) 4. Kesederhanaan ( <i>tawadhu</i> )		Interval	B1-B5

		<p>n. Busana tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, melainkan sebagai identitas keislaman dan sarana dakwah <i>bil-hal</i> (dakwah dengan perbuatan/peampilan). Ini mencakup kepatuhan terhadap aturan menutup aurat dan etika kesopanan dan akhlak</p>	<p>5.Mencerminkan identitas Muslim/Muslimah</p>	<p>1-5</p>		
--	--	---	---	------------	--	--

		(Yusuf Al-Qardhawi,).				
--	--	-----------------------	--	--	--	--

## B. Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena data penelitian berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistic. Pendekatan kuantitatif berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesisi yang telah ditetapkan.

### 1. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Hal ini dikarenakan data yang akan disajikan berhubungan dengan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik untuk mencari hubungan antar variabel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) yaitu **Tren Fashion** terhadap variabel terikat (Y) yaitu **Implementasi Nilai-Nilai Dakwah**. Sedangkan untuk menganalisis besaran pengaruh antar variabel tersebut, penulis menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana yaitu dengan menghubungkan aspek Tren Fashion (X) yang pengaruh terhadap Implementasi Nilai-Nilai Dakwah (Y).

## 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai peristiwa di masa lalu dan saat ini. Metode digunakan untuk memahami keyakinan, karakteristik, pendapatan, dan perilaku individu sekaligus menganalisis hubungan antar variabel. Selain itu, survey juga membantu dalam menguji hipotesis yang berkaitan dengan aspek psikologis dan sosiologis dalam suatu populasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara statistik dan generalisasikan ke populasi yang lebih luas.<sup>17</sup>

Penelitian ini menggunakan metode survey untuk menggali informasi mengenai fenomena tren fashion yang sedang berkembang dan bagaimana pengaruhnya terhadap penerapan nilai-nilai dakwah dikalangan Mahasiswa. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh gambaran faktual mengenai karakteristik, perilaku serta pendapat responden di lingkungan UIN Ar-Raniry.

### C. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sample

#### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang aktif mengikuti perkuliahan pada tahun akademik penelitian dan berasal dari 5 fakultas yaitu Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, Fakultas Adab dan Humaniora, dan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hal. 12

Subjek penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa Mahasiswa pada kelima Fakultas tersebut merupakan bagian dari komunikasi kampus yang terpapar Tren Fashion secara langsung dan memiliki pemahaman terhadap Implementasi Nilai-Nilai Dakwah yang diterapkan di lingkungan akademik.

## 2. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, yaitu pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa mempertimbangkan strata yang ada dalam populasi. Teknik ini dipilih karena populasi dianggap homogen<sup>18</sup> dalam konteks keterlibatan Mahasiswa dalam Tren Fashion dan Implementasi Nilai-Nilai Dakwah.

Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n : Sampel  
N : Ukuran populasi  
e : *Margin of error* (batas toleransi kesalahan).<sup>19</sup>

Jumlah Fakultas di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry terdiri dari delapan (8) Fakultas. Namun, dalam penelitian ini penulis hanya mengambil lima (5) Fakultas sebagai sampel penelitian, yaitu Fakultas Tarbiyah dan keguruan (FTK), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Fakultas Ekonomi dan

---

<sup>18</sup>Moh Nasir, hal. 64-65

<sup>19</sup> Moh Nasir, hal. 137-138.

Bisnis (FEBI), Fakultas Ushuluddin dan Filsafat (FUF), Fakultas Adab dan Humaniora (FAH). Jumlah keseluruhan Mahasiswa aktif pada kelima Fakultas di semester Ganjil Tahun Akademik 2025/2026 sebanyak 11.490 Mahasiswa.

Dalam penelitian ini penulis menentukan populasi (N) dari Mahasiswa yang berjumlah 11.490 orang. Dari presentase toleransi ketidakakuratan akibat kesalahan pengambilan sampel yang dikehendaki  $e^2$  sebesar 0,01 atau 10%. Berdasarkan rumus Solvin tersebut, maka diperoleh besar sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{11.490}{1 + 11.490 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{11.490}{1 + 11.490 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{11.490}{1 + 11.490 (0,01)}$$

$$n = \frac{11.490}{1 + 114,9}$$

$$n = \frac{11.490}{115,9} = 99,1371$$

$$n = 99,1371 = 100$$

Maka jumlah sampel (n) yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan rumus diatas, sebanyak 100 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode *simple random sampling*. Setiap Mahasiswa Dari lima (5) Fakultas yaitu, Fakultas Tarbiyah dan keguruan (FTK) sebanyak 49 Orang, Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) sebanyak 11 Orang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) sebanyak 22 Orang, Fakultas Ushuluddin dan

Filsafat (FUF) sebanyak 9 Orang, Fakultas Adab dan Humaniora (FAH) sebanyak 9 Orang, setiap Fakultas memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi responden.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian dapat dilakukan dalam berbagai kondisi, dengan memanfaatkan beragam sumber serta teknik yang berbeda. Ditinjau dari sumber perolehan datanya, penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan langsung dari lokasi penelitian, yaitu Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Sementara itu, data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan melalui pihak lain atau melalui dokumen pendukung. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner penelitian.

##### 1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang efektif apabila peneliti telah mengetahui secara jelas variabel yang akan diukur serta informasi yang diharapkan dari responden. Kuesioner dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, baik bersifat tertutup maupun terbuka, dan

---

<sup>20</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, hal. 187

dapat diberikan kepada responden secara langsung maupun melalui media lain seperti pos atau internet.<sup>21</sup>

Metode angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup merupakan angket yang disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan dengan pilihan jawaban yang telah disediakan, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sesuai.<sup>22</sup> Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial.<sup>23</sup> Melalui skala Likert, variabel penelitian dijabarkan ke dalam beberapa indikator, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam penyusunan item-item instrumen penelitian berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>24</sup>

Angket tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan respon responden terhadap pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Angket tersebut diberikan kepada responden, pengisian dilakukan secara jujur dan objektif tanpa tekanan dari pihak manapun.

Adapun pembuatan angket yaitu dengan cara sebagai berikut:

- a. Menentukan kisi-kisi angket
- b. Menentukan jumlah butir angket
- c. Menentukan tipe angket

---

<sup>21</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi, (Bandung, Alfabeta: 2017), hal. 162.

<sup>22</sup> Daryanto, Evaluasi Pendidikan, Cet,7 (Jakarta : Rineka Cipta 2012), hlm, 141.

<sup>23</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif....., hal. 134.

<sup>24</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi, (Bandung, Alfabeta: 2017), hal. 107.

d. Menentukan skor item angket.

Kisi-kisi angket ditentukan oleh indikator-indikator dari pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Pada angket penelitian bentuk-bentuk pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, diberikan alternative jawaban sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), kurang setuju (KS), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Dalam hal ini ada lima klasifikasi jawaban yang diberikan kepada responden, dengan pemberian skor sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) diberikan skor 2
- c. Kurang Setuju (KS) diberikan skor 3
- d. Setuju (S) diberikan skor 4
- e. Sangat Setuju (SS) diberikan skor 5

## 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi berasal dari kata *dokumen* yang berarti bahan atau catatan tertulis. Dalam penerapan metode ini, peneliti menelusuri berbagai sumber tertulis, seperti buku, majalah, dokumen resmi, peraturan, catatan, serta sumber tertulis lainnya yang relevan dengan penelitian.<sup>25</sup> Dokumentasi merupakan kegiatan pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber tertulis yang memuat kajian

---

<sup>25</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Cetakan 15, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 158.

teori, data pendukung, maupun informasi historis yang dibutuhkan oleh peneliti. Metode ini digunakan untuk memperoleh data berupa daftar nama mahasiswa yang termasuk dalam populasi dan sampel penelitian.

#### E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data memiliki peranan yang sangat penting dalam penelitian karena berfungsi untuk menggambarkan variabel yang diteliti sekaligus sebagai dasar dalam pembuktian hipotesis. Oleh sebab itu, ketepatan dan keakuratan data sangat ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Analisis data dilakukan setelah seluruh data dari responden maupun sumber lain berhasil dikumpulkan.<sup>26</sup>

Tahapan analisis meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan karakteristik responden, penyusunan data dalam bentuk tabulasi, serta penyajian hasil sesuai dengan variabel penelitian. Selain itu, analisis data juga mencakup perhitungan yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>27</sup>

##### 1. Teknik Pengolahan

Pengolahan data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode statistic, karena jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

---

<sup>26</sup> Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitati*, sebuah pengantar, (Bandung, Alfabeta, 2012), hal. 41

<sup>27</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*....., hal. 146.

### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah dan mempunyai validitas yang tinggi dianggap layak digunakan. Sebaliknya, jika validitasnya rendah, maka instrument tersebut kurang tepat untuk diterapkan dalam penelitian.

Pengujian validitas data pada penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS serta pengujian juga akan dilakukan secara manual. Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X : Nilai masing-masing item

Y : Nilai total

$\sum XY$  : Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat variabel X

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat variabel Y

N : Jumlah responden<sup>28</sup>

### b. Uji Reliabilitas

---

<sup>28</sup> Riduwan, *Pengantar Statistika untuk penelitian*, (Bandung: Alfabeta 2017), hal. 80.

Reliabilitas merujuk pada tingkat kepercayaan suatu instrumen sebagai alat pengumpulan data. Instrumen yang memiliki reliabilitas tinggi mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil, konsisten, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, keandalan tidak hanya dilihat dari instrumen yang digunakan, tetapi juga dari konsistensi data yang dihasilkan.<sup>29</sup>

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran dilakukan secara berulang. Dengan demikian, reliabilitas menggambarkan tingkat keandalan suatu instrumen ketika digunakan lebih dari satu kali dalam mengukur fenomena yang sama, sehingga hasil yang diperoleh diharapkan bersifat stabil dan konsisten.<sup>30</sup>

Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 24 serta perhitungan manual, menggunakan rumus *Alpha Cronbach* untuk mengetahui reliabilitas:

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_{2t}} \right\}$$

Keterangan:

$r_i$  : Reliabilitas instrument

$K$  : Banyaknya butir pertanyaan atau banyak soal

$\sum \sigma_i^2$  : Jumlah varian butir pertanyaan

$\sigma_{2t}$  : Varians total<sup>31</sup>

<sup>29</sup> Suharsani Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013), hal 221-222

<sup>30</sup> Santoso S. *Buku Latihan SPSS Statistik Paramatik* (Jakarta: Elex Media Komputindo Granadia, 2000), hal 264.

<sup>31</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*....., hal. 238.

Perhitungan uji reliabilitas skala dihitung dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 24.

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data merupakan prosedur untuk menilai kenormalan sebaran data yang diperoleh. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa data penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal.<sup>32</sup> Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov–Smirnov* dengan bantuan program SPSS 24.<sup>33</sup>

Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk mendapatkan hasil uji normalitas secara manual adalah:

1. Urutkan data sampel dari kecil ke besar dan tentukan frekuensi tiap-tiap data (X)
2. Hitung frekuensi absolut (F)
3. Hitung f kumulatif (F kum)
4. Hitung probabilitas frekuensi (P) dengan membagi frekuensi dengan frekuensi banyak data ( $\frac{f}{n}$ ).

---

<sup>32</sup> Singgih Santoso, *Statistik Multivariate*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), hal. 46

<sup>33</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal. 91-113.

5. Hitung probabilitas frekuensi kumulatif (KP) dengan membagi frekuensi kumulatif dengan banyak data  $\left(\frac{f_{\text{kum}}}{n}\right)$ .
6. Tentukan nilai Z tiap-tiap data tersebut dengan rumus:

$$M = x^1 \frac{\sum fx}{n}$$

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{n-1} - \frac{(\sum fx)^2}{n(n-1)}} \quad z = \frac{x - x^1}{SD}$$

7. Tentukan nilai F (z) berdasarkan table Z
8. Hitung selisih antara kumulatif proporsi (KP) dengan nilai Z pada batas bawah (lihat nilai F (z) dibawahnya)
9. Selanjutnya nilai A1 maksimum dibandingkan dengan harga table D yang di peroleh dari hargakritis Kolmogorov-smirnow satu sampel
10. Jika A1 maksimum  $\leq$  harga table D, maka H0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal.<sup>34</sup>

**Rumus Chi-kuadrat**

$$x^2 = \frac{(fo - fh)^2}{fh}$$

Keterangan :

X2 = Nilai Chi-kuadrat

<sup>34</sup> Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 188.

Fo = Frekuensi yang di observasi

Fh = Frekuensi yang di harapkan<sup>35</sup>

#### d. Uji linieritas

Uji linearitas merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel X dan variabel Y membentuk garis lurus (linear) atau tidak. Apabila hubungan tersebut tidak bersifat linear, maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Uji linearitas digunakan untuk menilai apakah distribusi data dalam penelitian menunjukkan hubungan linear secara signifikan antara dua variabel. Pengujian ini dilakukan dengan menentukan persamaan garis regresi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Langkah-langkah yang digunakan untuk uji linearitas sebagai berikut:

1. Mengelompokan predictor yang memiliki skor sama dan mempersiapkan tabel kerja
2. Menghitung jumlah kuadrat total ( $JK_t$ ), regresi a ( $JK_a$ ), regresi b ( $JK_b$ ), residu ( $JK_{res}$ ), galat/kesalahan ( $jk_g$ ), ketidakcocokan ( $JK_{tc}$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$JK_t = \sum Y^2,$$

$$JK_a = \frac{\sum Y^2}{N}$$

$$JK_b = b \left( \sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{N} \right)$$

$$JK_{res} = JK_t - JK_a - JK_b$$

---

<sup>35</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif.....* Hal. 241.

$$JK_g = (\sum Y^2) - \frac{\sum Y^2}{N_i}$$

$$JK_{tc} = JK_{res} - JK_g$$

3. Menghitung derajat kebebasan galat ( $db_g$ ) dan ketidakcocokan  $db_{tc}$  dengan rumus :

$$D_{bg} = N - K \quad db_{tc} = K - 2$$

4. Menghitung jumlah rata-rata kuadrat ketidakcocokan  $S^2_{tc}$  dan galat  $S^2_g$  dengan rumus :

$$S^2_{tc} = \frac{Jk_{tc}}{db_{tc}}$$

$$S^2_g = \frac{Jk_g}{db_g}$$

5. Menghitung rasio F. ( $F = \frac{S^2_{tc}}{S^2_g}$ )
6. Membandingkan antara F empirik dengan F teoritik yang terdapat dalam tabel. Jika F empirik < F tabel maka data berbentuk tidak linear.<sup>36</sup>

Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistic, maka uji linearitas yang dilakukan dalam penelitian ini akan di olah menggunakan *SSPS* versi 24 for windows.

#### e. Uji Homogenitas

Homogenitas merujuk pada kondisi di mana varians antar kelompok atau populasi dinyatakan sama. Dalam analisis regresi maupun analisis varians (ANOVA), homogenitas menunjukkan bahwa varians residual (kesalahan) atau varians antar kelompok bersifat seragam atau tidak berbeda secara

---

<sup>36</sup> Tulus Winarsunu, *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, Cet, 8, (Malang: UMM, Press, 2009), hal. 188-191.

signifikan. Asumsi homogenitas varians merupakan salah satu syarat penting yang harus dipenuhi agar homogenitas varians merupakan salah satu syarat penting yang harus dipenuhi agar hasil analisis statistic dapat dinilai valid dan dapat dipercaya.<sup>37</sup>

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians yang signifikan antar kelompok yang di bandingkan. Model regresi yang baik atau hasil analisis varians yang sah adalah yang memenuhi asumsi kesamaan varians antar kelompok. Apabila asumsi ini tidak terpenuhi, maka hasil analisis berpotensi menghasilkan kesimpulan yang bias atau kurang akurat.

Untuk mengetahui terpenuhi atau tidaknya homogenitas dalam regresi, dapat digunakan uji homogenitas varians. Secara umum, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Apabila varians antar kelompok atau pengamatan bersifat sama atau relative seragam, maka dapat dikatakan bahwa asumsi homogenitas varians terpenuhi
- b. Sebaliknya, jika varians antar kelompok menunjukkan perbedaan yang signifikan, maka hal tersebut mengindikasikan tidak terpenuhinya homogenitas varians.<sup>38</sup>

Dalam praktiknya, penguji homogenitas dapat dilakukan melalui pengamatan grafik maupun dengan menggunakan uji statistic tertentu. Salah

---

<sup>37</sup> Tulus Winarsunu, hal. 158

<sup>38</sup> Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19.....hal 105

satu uji yang paling sering digunakan untuk menguji homogenitas varians adalah uji levene. Uji ini banyak dipilih karena relatif lebih *robust* atau tahan terhadap data yang tidak berdistribusi normal. Adapun langkah-langkah uji homogenitas

1) Menentukan hipotesis

- Varians antar kelompok adalah sama (homogen)
- Varians antar kelompok tidak sama (tidak homogen)

2) Jika *p-value* dari uji *levene* lebih besar dari tingkat signifikansi (misalnya 0,05), maka tidak ada cukup bukti untuk menolak  $H_0$ , yang berate varians antar kelompok adalah homogen.

3) Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 hipotesis nol ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa varians antar kelompok tidak homogen.

Cara mengetahui adanya homogenitas dalam regresi dapat diketahui dengan menggunakan uji *levene* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$f = \frac{\frac{1}{k-1} \sum_{j=1}^k n_j (Z_j - Z)^2}{\frac{1}{N-1} \sum_{i=1}^N (Z_{ij} - Z_j)^2}$$

Keterangan :

k: jumlah kelompok

$n_j$  : jumlah observasi pada kelompok j

$\bar{Z}$  : rata-rata deviasi mutlak untuk kelompok j

$\bar{Z}$  : rata-rata seluruh deviasi mutlak

$N =$  total jumlah observasi.<sup>39</sup>

Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistic, maka uji homogenitas yang dilakukan dalam penelitian ini akan di olah menggunakan SPSS versi 22 for windows.

## 2. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menerapkan teknik analisis data kuantitatif dalam mengolah data yang diperoleh dari angket yang disebarkan kepada responden. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan statistik deskriptif, dengan hasil yang disajikan dalam bentuk angka dan diuraikan secara sistematis.<sup>40</sup> Untuk mengetahui tanggapan responden, data dianalisis dengan menghitung nilai rata-rata dari keseluruhan skor yang diperoleh berdasarkan model skala Likert. Adapun skala yang diberikan adalah:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Setuju (S) dan
5. Sangat Setuju (SS)

Menentukan tanggapan responden dihitung melalui angket yang dianalisis dengan menggunakan persentase. Persentase dari setiap tanggapan responden dihitung dengan rumus:

$$P = f n \times 100\%$$

---

<sup>39</sup> Misbahaddin Iqbal Hasan, *Analisis Data penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bmi Aksara 2013), hal. 101

<sup>40</sup> Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal 120

Keterangan:

P = Angka persentase

F = Frekuensi jumlah pertanyaan responden tiap aspek yang muncul

N = Jumlah keseluruhan responden

100% =Nilai konstan.

Tanggapan responden dinyatakan efektif apabila jawaban yang diberikan menunjukkan respon positif terhadap setiap pernyataan pada aspek yang dinilai.

#### **a. Pengukuran Variabel**

Variabel merupakan objek yang menjadi fokus atau pusat perhatian dalam suatu penelitian. Variabel juga dapat diartikan sebagai segala bentuk sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti guna memperoleh informasi, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas adalah variabel yang berperan sebagai faktor penyebab atau yang memengaruhi terjadinya perubahan pada variabel terikat. Sementara itu, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu Tren Fashion(X) dan variabel terikatnya adalah Implementasi nilai-nilai dakwah(Y).

Dalam analisis ini akan ditransformasikan suatu variabel bebas dan mengendalikan variabel tidak bebas sehingga diperoleh suatu gambaran hubungan sebab akibat dalam hipotesis, persamaan umum dari model

penelitian ini dengan menggunakan model regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y=a+b.X$$

Keterangan

- Y : Variabel dependen  
a : Konstanta  
b : Koefesien regresi  
X : Variabel independen<sup>41</sup>

#### b. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengawasan (X) terhadap kedisiplinan (Y), dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan koefisien determinasi (KD).

$$Kd = r_{yx} \times 100\%$$

Keterangan;

- Kd = Nilai koefisien determinasi  
 $r_{yx}^2$  = Nilai koefisien korelasi

#### c. Uji hipotesis

##### 1) Teknik Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel bebas X serta berperangkat satu.<sup>42</sup> Sebagai berikut bentuk persamaan regresi sederhana X terhadap Y adalah

---

<sup>41</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif.....*hal.262.

<sup>42</sup> Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis* (Bandung: Alfabeta, 2004), hal 145

$$Y=a+Bx$$

Keterangan:

a = Intersep

b = koefisien regresi (slop)

X = Variabel terikat (variabel yang diduga)

Y = Variabel bebas

## 2) Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari pengawasan (X) terhadap kedisiplinan (Y), dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan koefisien determinasi (KD)

$$Kd = r_{yx}^2 \times 100\%$$

Keterangan

Kd = nilai koefisien determinasi

$r_{yx}^2$  = nilai koefisien korelasi

### d. Uji Signifikansi (Uji-t)

Uji signifikan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji signifikan dilakukan dengan menggunakan uji-t, karena penelitian menggunakan model regresi linier sederhana yang hanya melibatkan satu variabel independen. Uji-t bertujuan untuk menguji signifikan koefisien regresi, yaitu untuk mengetahui apakah variabel tren fashion(X) berpengaruh secara signifikan terhadap implementasi nilai-nilai

dakwah (Y) pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Adapun langkah –langkah pengujian sebagai berikut :

a. Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah pada Mahasiswa

$H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah pada Mahasiswa.

b. Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan menggunakan  $\alpha=5\%$  (signifikan 10% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

c. Menentukan  $t_{hitung}$

d. Menentukan table distribusi t dicari pada  $\alpha=5\%$  dengan derajat kebebasan 100.

e. Kriteria pengujian  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{table}$   $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{table}$

f. Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ .

g. Membuat kesimpulan

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Gambaran Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada awal pendiriannya merupakan cabang dari Fakultas Syariah berdiri yariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berdiri pada tahun 1960. Seiring dengan perkembangan kelembagaan pendidikan Islam, pada tanggal 5 Oktober 1963 IAIN Ar-Raniry secara resmi didirikan berdasarkan keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 1963. Penamaan Ar-Raniry diambil dari nama seorang ulama besar yaitu, syekh Nuruddin Ar-Raniry, yn=ang memiliki peran penting dalam perkembangan dan penyebaran Islam di kesultanan Aceh pada abad ke-17. Selanjutnya, pada tahun 2013, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2013, status IAIN Ar-Raniry sevara resmi berubah menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry, perubahan status tersebut memberikan peluang yang lebih luas bagi pengembangan program studi dari berbagai disiplin keilmuan.<sup>43</sup>

Pada tahap awal pendiriannya di tahun 1960, Fakultas Syariah dibentuk sebagai cabang dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dua tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1962, Fakultas Tarbiyah juga didirikan sebagai bagian dari

---

<sup>43</sup> Praturan Presiden Republik Indonesia No. 64 Tahun 2013 Tentang Perubahan Status IAIN Ar-Raniry Menjadi UIN Ar-Raniry

institusi yang sama. Pada tahun yang sama pula, Fakultas Ushuluddin berdiri di Banda Aceh sebagai Fakultas swasta. Setelah beberapa tahun berada di bawah naungan IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, ketoiga fakultas tersebut sempat berafiliasi dengan IAIN Syarif Hodayatullah Jakarta selama kurang lebih enam bulan, hingga akhirnya IAIN Ar-Raniry secara resmi berdiri sendiri pada tanggal 5 Oktober 1963.

Pada tahun 1968, Fakultas Dakwah didirikan, yang menjadikannya sebagai Fakultas Dakwah pertama di lingkungan IAIN di Indonesia. Pada tahun yang sama, IAIN Ar-Raniry juga ditetapkan sebagai institusi induk bagi dua fakultas agama yang berada di kota Medan, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah, yang kemudian menjadi cikal bakal berdirinya IAIN Sumatera Utara. Selanjutnya, pada tahun 1983, Fakultas Adab resmi menjadi fakultas kelima di lingkungan IAIN Ar-Raniry.

Seiring dengan perjalanan waktu, IAIN Ar-Raniry terus melakukan inovasi dan pengembangan dengan menambah fakultas-fakultas baru guna menyesuaikan diri dengan kebutuhan pendidikan yang semakin berkembang. Setelah perubahan status dari IAIN Ar-Raniry menjadi UIN ar-Raniry pada tahun 2013, universitas ini membuka sejumlah fakultas baru, antara lain Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Psikologi, serta Fakultas Sains dan Teknologi. Hingga saat ini, UIN Ar-Raniry memiliki Sembilan fakultas dan satu program pascasarjana, yaitu:

- a. Fakultas Syariah
- b. Fakultas Tarbiyan dan Keguruan

- c. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
- d. Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- e. Fakultas Adab dan Humaniora
- f. Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- g. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
- h. Fakultas Psikologi
- i. Fakultas Sain dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh saat ini juga sedang dalam tahap perencanaan dan persiapan pendirian Fakultas Kedokteran. Langkah strategis ini diambil sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan tenaga medis di Provinsi aceh, mengingat hingga saat ini Provinsi Aceh hanya memiliki tiga Fakultas Kedokteran.<sup>44</sup>

Selain itu Universitas Islam Negeri Ar-Raniry tidak hanya sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mempertemukan nilai-nilai keislaman dengan dinamika kehidupan modern. Mahasiswa sebagai bagian utama dari civitas akademik berada dalam posisi strategis sebagai agen perubahan sekaligus representasi identitas keislaman kampus.

## B. Hasil Penelitian

Sebelum membahas hasil penelitian lebih lanjut, perlu diberikan penjelasan singkat mengenai konsep tren fashion dan implementasi nilai-nilai dakwah sebagai

---

<sup>44</sup> “Sejarah”, UIN Ar-Raniry, diakses 12 Maret 2025, <https://ar-raniry.ac.id/tentang-uinar/tentang/sejarah/>.

landasan dalam memahami temuan penelitian ini. Tren fashion merupakan fenomena sosial yang berkaitan dengan perubahan gaya berpakaian yang berkembang dan diadopsi oleh masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Perkembangan tren fashion tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan dasar berpakaian, tetapi juga oleh factor budaya, media sosial, lingkungan pergaulan, serta arus globalisasi.

Fashion tidak sekedar berfungsi sebagai penutup aurat, tetapi juga menjadi sarana ekspresi diri, pembentukan identitas, dan symbol modernitas, khususnya di kalangan mahasiswa. Melalui media digital, seperti instagram, tiktok dan platform daring lainnya, mahasiswa dengan mudah terpapar berbagai model, warna, dan gata berpakaian yang sedang populer. Kondisi ini menjadikan tren fashion memiliki pengaruh yang kuat terhadap cara individu menentukan penampilan sehari-hari. Dalam perspektif islam, berpakaian tidak hanya dinilai dari aspek estetika, tetapi berkaitan erat dengan implementasi nilai-nilai dakwah. Nilai dakwah dalam berpakaian mencakup prinsip kesopanan, menutup aurat, kesederhanaan, serta menjadikan busana sebagai cerminan identitas muslim yang berakhlak. Oleh karena itu, seorang muslim dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan tren fashion tanpa mengabaikan nilai-nilai keislaman yang menjadikan pedoman hidup.

Implementasi nilai-nilai dakwah dalam berpakaian menuntut adanya kesadaran spiritual dan pengendalian diri dalam memilih gaya berbusana. Mahasiswa diharapkan tidak hanya mengikuti tren fashion secara bebas, tetapi juga mampu menyaring dan menyesuaikan dengan ajaran Islam. Dengan demikian,

fashion dapat berfungsi sebagai media dakwah bil-hal yang menyampaikan pesan moral melalui penampilan yang santun dan sesuai syariat.

Secara konseptual, tren fashion dan nilai-nilai dakwah tidak harus dipertentangkan. Keduanya dapat berjalan seiring apabila individu memiliki pemahaman yang baik terhadap batasan dan prinsip berpakaian dalam Islam. Mahasiswa yang memiliki pemahaman nilai dakwah yang kuat cenderung lebih selektif dalam mengikuti tren fashion, sehingga tetap tampil modern tanpa mengabaikan etika dan norma keislaman.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, jumlah mahasiswa yang aktif di kelima Fakultas di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry pada Tahun akademik 2025-2026 sebanyak 1140 orang mahasiswa, baik laki-laki maupun perempuan. Jumlah tersebut menjadi populasi dalam penelitian ini dan dianggap representative untuk melihat sejauh mana tren fashion berpengaruh terhadap implementasi nilai-nilai dakwah di lingkungan kampus, untuk lebih jelasnya data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 1 Populasi Fakultas UIN Ar-Raniry**

<b>Fakultas</b>	<b>Populasi</b>
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK)	5.464 Orang
Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)	1.221 Orang
Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI)	2.551 Orang
Fakultas Ushuluddin dan filsafat (FUF)	1.091 Orang
Fakultas Adab dan Humaniora (FAH)	1.021 Orang
Jumlah	11.490 Orang

Sumber: UIN Ar-Raniry (2025)

Pada Tabel 4.1, populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang berasal dari lima Fakultas, yaitu Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI), Fakultas Ushuluddin dan Filsafat (FUF), dan Fakultas Adab dan Humaniora (FAH). Pemilihan lima fakultas tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Mahasiswa dari fakultas-fakultas tersebut memiliki karakteristik yang beragam, baik dari latar belakang keilmuan maupun pola interaksi sosial, sehingga dinilai mampu mempresentasikan fenomena Tren Fashion dan Implementasi Nilai-Nilai Dakwah di lingkungan Kampus UIN Ar-Raniry. Selain itu, kelima Fakultas ini juga memiliki intensitas aktivitas akademik dan sosial yang tinggi, yang memungkinkan terjadinya interaksi antara Pengaruh Tren Fashion modern dengan Nilai-Nilai keislaman yang diajarkan di lingkungan kampus.

Mahasiswa yang termasuk dalam populasi penelitian ini merupakan Mahasiswa aktif 2025/2026 baik laki-laki maupun perempuan, yang secara langsung terlibat dalam kehidupan akademik dan sosial kampus. Dalam kesehariannya, mahasiswa dari kelima Fakultas tersebut menghadapi dinamika gaya berpakaian yang dipengaruhi oleh perkembangan Tren Fashion, media sosial, serta norma dan budaya kampus Islam. Berdasarkan jumlah populasi yang telah dipaparkan pada tabel sebelumnya, selanjutnya dilakukan penentuan sampel penelitian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 Orang Mahasiswa yang diambil dari lima Fakultas yang menjadi objek penelitian, yaitu Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK),

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI), Fakultas Ushuluddin dan Filsafat (FUF), serta Fakultas Adab dan Humaniora (FAH). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 4. 2 Penentuan Pengambilan Sampel**

Fakultas	Populasi	Sampel
Fakultas Dakwah dan Komunikasi	1.221 Orang	11 Orang
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	5.646 Orang	49 Orang
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	2.511 Orang	22 Orang
Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	1.091 Orang	9 Orang
Fakultas Adab dan Humaniora	1.021 Orang	9 Orang
<b>Jumlah</b>	<b>11.490 Orang</b>	<b>100 Orang</b>

Sumber: Data diolah (2026)

#### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden dalam penelitian ini, dikelompokkan berdasarkan jenis Kelamin, Usia, Fakultas, Angkatan, dan Minat Fashion. Sampel penelitian ini di tetapkan sebanyak 100 orang Mahasiswa.

##### a. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat di lihat pada Tabel 4.3.

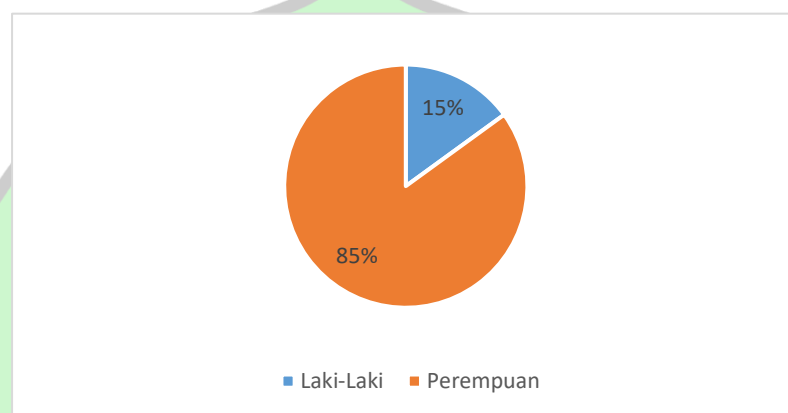
**Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	15	15%
Perempuan	85	85%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah (2026)

Pada Tabel 4.3 dapat diketahui jumlah responden yang paling banyak berdasarkan jenis kelamin, yaitu responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 85 (85%) orang sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 15 (15%) orang. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Gambar 4.1 berikut ini

**Gambar 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Jadi dapat di simpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini paling dominan adalah responden perempuan hal ini membuktikan bahwa jenis kelamin perempuan lebih peduli dengan pakaian yang digunakan (*fashion*) daripada laki-laki.

b. Usia Responden

Karakteristik responden berdasarkan usia responden dalam penelitian ini dapat di lihat pada Tabel 4.4.

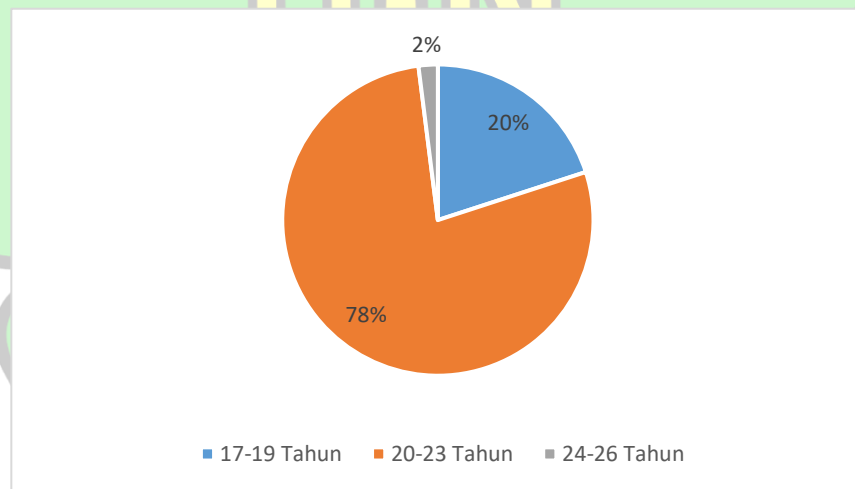
**Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia Responden**

<b>Rentang Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
17-19 Tahun	20	20%
20-23 Tahun	78	78%
24-26 Tahun	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah (2026)

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini yang dominan adalah rentang usia 20-23 tahun sebanyak 78 (78%) orang, kemudian responden dengan rentang usia 17-19 tahun sebanyak 20 (20%) orang dan yang terakhir adalah responden dengan rentang usia 24-26 tahun sebanyak 2 (2%) orang. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Gambar 4.2 berikut ini

**Gambar 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia Responden**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Jadi dapat disimpulkan karakteristik responden berdasarkan usia yang berusia paling dominan adalah responden yang berusia 20-23 tahun daripada rentang usia lainnya.

### c. Fakultas Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat di lihat pada Tabel 4.5.

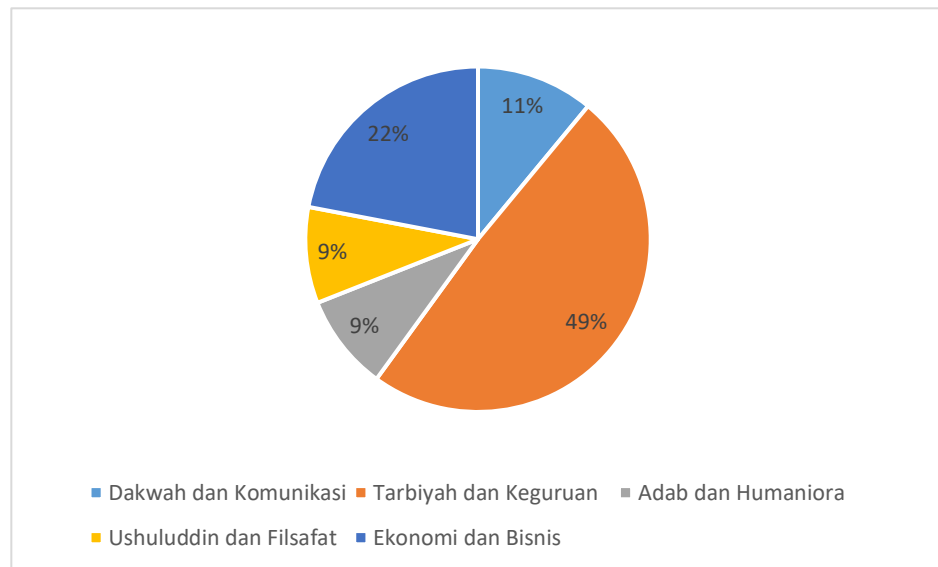
**Tabel 4. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Fakultas Responden**

<b>Fakultas Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Dakwah dan Komunikasi	11	11%
Tarbiyah dan Keguruan	49	49%
Adab dan Humaniora	9	9%
Ushuluddin dan Filsafat	9	9%
Ekonomi dan Bisnis	22	22%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah (2026)

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari lima fakultas yang ada di UIN Ar-Raniry. Adapun responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah fakultas tarbiyah dan keguruan dengan jumlah 49 (49%) orang, kemudian responden dari fakultas ekonomi dan bisnis dengan jumlah 22 (22%) orang, selanjutnya responden dari fakultas dakwah dan komunikasi dengan jumlah 11 (11%) orang dan terakhir adalah responden dari fakultas adab dan humaniora serta ushuluddin dan filsafat dengan jumlah 9 (9%) orang.

**Gambar 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Fakultas**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Jadi dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah fakultas tarbiyah dan keguruan.

**d. Fakultas Responden**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat di lihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Minat Fashion Responden**

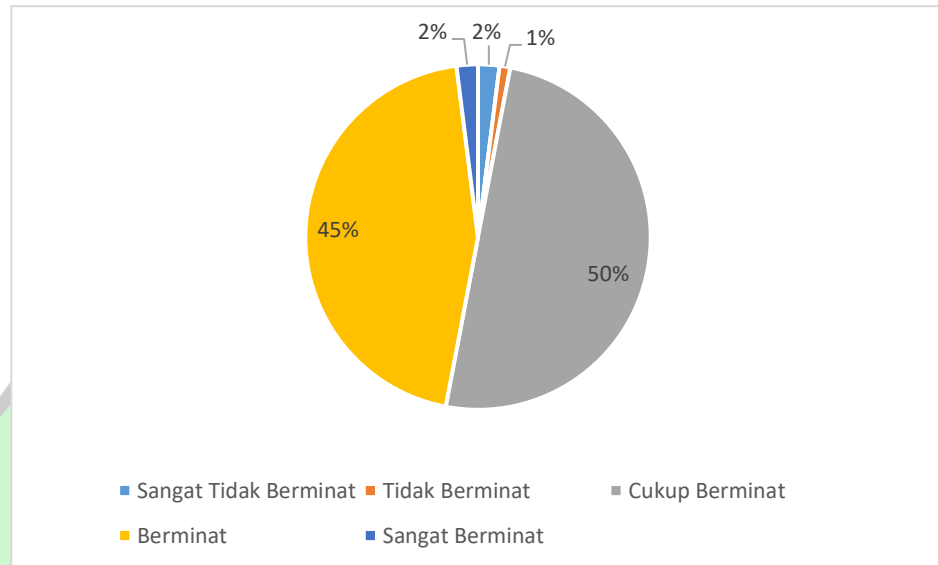
Minat Fashion Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sangat Tidak Berminat	2	2%
Tidak Berminat	1	1%
Cukup Berminat	50	50%
Berminat	45	45%
Sangat Berminat	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui tingkat Minat Fashion responden terhadap variabel yang diteliti. Dari keseluruhan responden, sebagian besar berada pada kategori cukup berminat, yaitu sebanyak 50 (50%) orang,

responden yang menyatakan berminat berjumlah 45 (45%) orang, responden yang sangat berminat dan sangat tidak berminat memiliki jumlah yang sama yaitu 2 (2%) orang dan terakhir adalah responden yang tidak berminat berjumlah 1 orang.

**Gambar 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Minat Fashion**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah mahasiswa yang cukup berminat dengan tren fashion.

### C. Pengolahan Data

Pengujian kuesioner tentang Tren Fashion Terhadap Implementasi Nilai-Nilai Dakwah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, mencakup tanggapan responden serta berbagai uji statistik, seperti Skala Likert, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas, dan Uji Homogenitas. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil sesuai dengan kondisi sebenarnya. Seluruh analisis dilakukan menggunakan program SPSS 24 *for Windows*.

1. Tanggapan Responden dan Uji Skala likert Tren Fashion (Variabel X)

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan pada Mahasiswa dari kelima Fakultas yaitu, Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI), Fakultas Ushuluddin dan Filsafat (FUF), dan Fakultas Adab dan Humaniora (FAH) pada bulan januari 2026 di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Maka peneliti akan menganalisis pengaruh tren fahion dari hasil pengisian kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Tren Fahion**

No.	Tren Fashion X	STS		TS		KS		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya sering mencari referensi gaya busana yang <b>mengikuti perkembangan model terbaru</b> melalui media sosial <i>took</i> maupun rekomendasi teman.	3	3%	3	3%	9	9%	58	58%	27	27%
2.	Saya merasakan lebih percaya diri ketika menggunakan pakaian yang sesuai dengan <b>gaya berdasarkan popularitas viral/tren)</b> di kalangan mahasiswa.	3	3%	10	10%	30	30%	35	35%	22	22%
3.	Dalam busana,saya menerapkan	0	0%	3	3%	16	16%	55	55%	26	26%

	<b>penggunaan aksesoris perlengkapan</b> seperti tas, jam tangan, atau perhiasan agar gaya saya terlihat lebih menarik.										
4.	<b>Gaya influencer atau figur publik</b> sering menjadi acuan saya dalam menentukan pilihan pakaian sehari-hari	2	2%	8	8%	27	27%	36	36%	27	27%
5.	Dalam memilih model busana, saya lebih menyukai pakaian yang mengutamakan <b>kenyamanan dan estetika visual</b> dibandingkan sekedar mengikuti tren.	2	2%	0	0%	7	7%	43	43%	48	48%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban dari responden terhadap variabel tren fashion pada kategori jawaban sangat tidak setuju sebesar 2% yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban sangat tidak setuju ( $3 + 3 + 0 + 2 + 2 : 5 = 2$ ), kemudian untuk kategori jawaban tidak setuju adalah sebesar 4,8%, yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban tidak setuju ( $3 + 10 + 3 + 8 + 0 : 5 = 4,8$ ). Untuk kategori jawaban kurang setuju adalah sebesar 17,8% yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban kurang setuju ( $9 + 30 + 16 + 27 + 7 : 5 = 17,8$ ), kemudian untuk kategori jawaban setuju adalah 45,4% yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban setuju ( $58 + 35 + 55 + 36 + 43 : 5 = 45,4\%$ ) dan yang terakhir adalah jawaban

dengan kategori sangat setuju adalah sebesar 30% yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban sangat setuju ( $27 + 22 + 26 + 27 + 48 : 5 = 30$ ).

Maka jawaban responden yang paling banyak muncul adalah jawaban responden pada kategori setuju, kemudian sangat setuju, kurang setuju, tidak setuju dan yang paling rendah adalah kategori jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa responden memiliki pendapat setuju terhadap tren fashion, walaupun terdapat beberapa yang memiliki beberapa pandangan yang berbeda terhadap tren fashion.

Maka berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan beberapa pendapat dari responden terhadap tren fashion.

1. Pernyataan “mencari referensi gaya berbusana yang **mengikuti perkembangan model terbaru** melalui media sosial *took* maupun rekomendasi teman”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 3 (3%), tidak setuju sebesar 3 (3%), kurang setuju sebesar 9 (9%), setuju sebesar 58 (58%) dan sangat setuju sebesar 27 (27%).

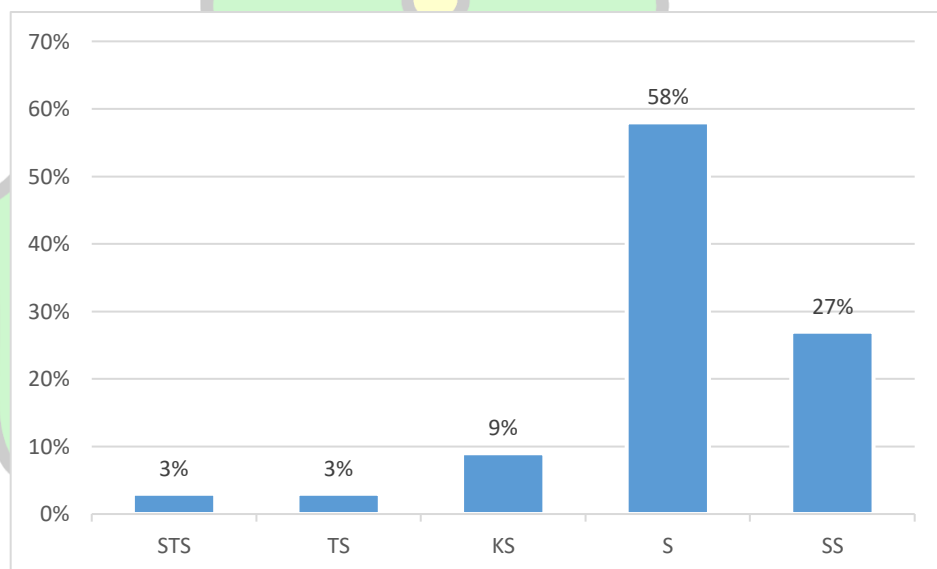
**Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Mengikuti Perkembangan Model Terbaru**

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
Tidak Setuju (TS)	3	3%
Kurang Setuju (KS)	9	9%
Setuju (S)	58	58%
Sangat Setuju (SS)	27	27%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap kecenderungan mengikuti perkembangan tren fashion ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden terhadap tren fashion yang berkembang. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.5.

**Gambar 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Mengikuti Perkembangan Model Terbaru**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.9.

**Tabel 4. 9 Uji Skala Likert Pernyataan Mengikuti Perkembangan Model Terbaru**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	$1 \times 3 = 3$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	3	$2 \times 3 = 6$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)

Kurang Setuju (KS)	3	9	3 x 9 = 27	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	58	4 x 58 = 232	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	27	5 x 27 = 135	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>			<b>403</b>		

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 403 : 500 \times 100 = 80,6\% \text{ (Sangat Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap mencari referensi dalam memilih gaya berpakaian dengan **mengikuti perkembangan model terbaru** melalui rekomendasi dari medial sosial atau teman.

2. Pernyataan “merasakan lebih percaya diri ketika menggunakan pakaian yang sesuai dengan **gaya berdasarkan popularitas viral/tren**”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 3 (3%), tidak setuju sebesar 10 (10%), kurang setuju sebesar 30 (30%), setuju sebesar 35 (35%) dan sangat setuju sebesar 22 (22%).

**Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Berdasarkan Popularitas Viral/Tren**

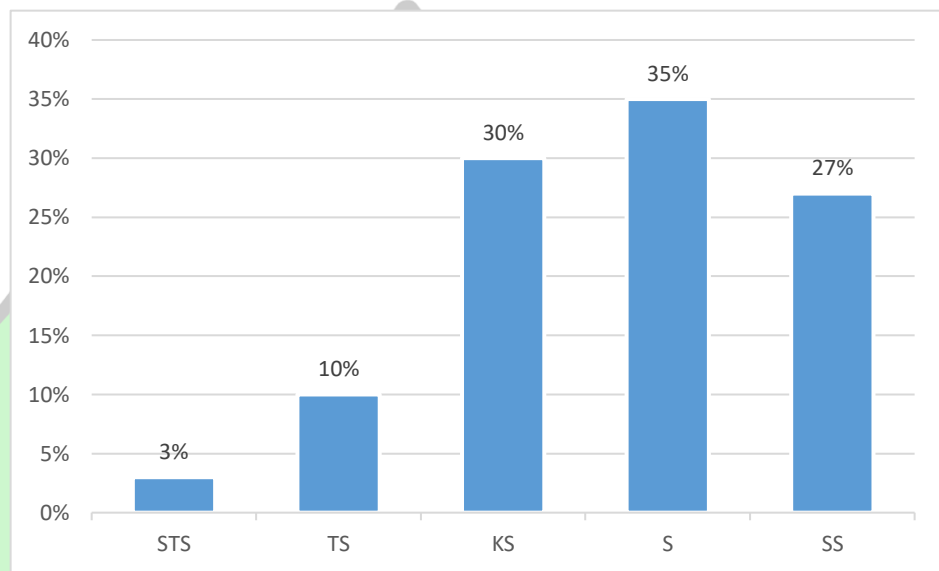
Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	10	10
Kurang Setuju (KS)	30	30
Setuju (S)	35	35
Sangat Setuju (SS)	22	22

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap gaya berdasarkan popularitas viral atau tren ditujukan untuk memberikan gambaran

mengenai sikap dan persepsi responden terhadap tren fashion. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.6.

**Gambar 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Berdasarkan Popularitas Viral/Tren**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat dilihat pada Tabel 4.11.

**Tabel 4. 11 Uji skala likert Pernyataan Gaya Berdasarkan Popularitas Viral/Tren**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	3	$1 \times 3 = 3$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	10	$2 \times 10 = 20$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	30	$3 \times 30 = 90$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	35	$4 \times 35 = 140$	60% - 79,99%	Setuju (S)

Sangat Setuju (SS)	5	22	5 x 22 = 110	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>			<b>363</b>		

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 363 : 500 \times 100 = 72,6\% \text{ (Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap menggunakan pakaian yang sesuai dengan **gaya berdasarkan popularitas viral/tren**.

- Pernyataan “menerapkan **penggunaan aksesoris perlengkapan** seperti tas, jam tangan, atau perhiasan agar gaya saya terlihat lebih menarik”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 (0%), tidak setuju sebesar 3 (3%), kurang setuju sebesar 16 (16%), setuju sebesar 55 (55%) dan sangat setuju sebesar 26 (26%).

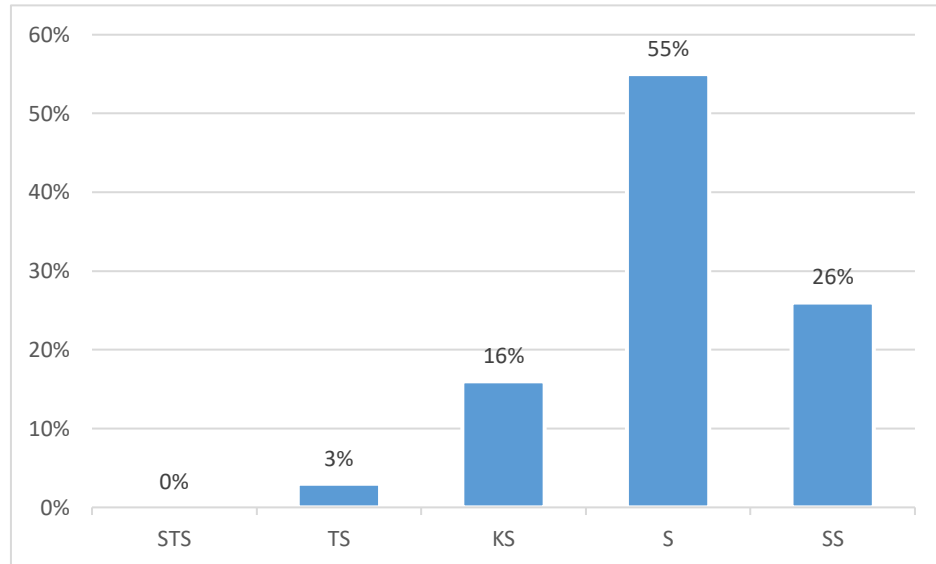
**Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Aksesoris Perlengkapan**

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Tidak Setuju (TS)	3	3%
Kurang Setuju (KS)	16	16%
Setuju (S)	55	55%
Sangat Setuju (SS)	26	26%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap penggunaan aksesoris perlengkapan ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden terhadap tren fashion. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.7.

**Gambar 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Aksesoris Perlengkapan**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.13.

**Tabel 4. 13 Uji skala likert Pernyataan Penggunaan Aksesoris Perlengkapan**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	$1 \times 0 = 0$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	3	$2 \times 3 = 6$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	16	$3 \times 16 = 48$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	55	$4 \times 55 = 220$	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	26	$5 \times 26 = 130$	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>			<b>404</b>		

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 404 : 500 \times 100 = 80,8\% \text{ (Sangat Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap **penggunaan aksesoris perlengkapan** seperti tas, jam tangan, atau perhiasan agar gaya saya terlihat lebih menarik.

4. Pernyataan “**gaya influencer atau figur publik** sering menjadi acuan saya dalam menentukan pilihan pakaian sehari-hari”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 2 (2%), tidak setuju sebesar 8 (8%), kurang setuju sebesar 27 (27%), setuju sebesar 36 (36%) dan sangat setuju sebesar 27 (27%).

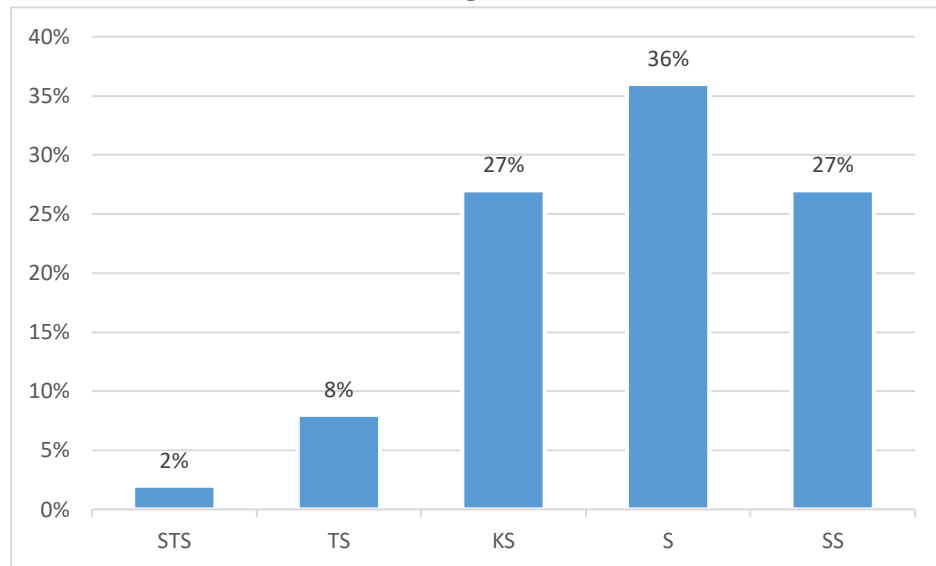
**Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Influencer Atau Figur Publik**

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Tidak Setuju (TS)	8	8%
Kurang Setuju (KS)	27	27%
Setuju (S)	36	36%
Sangat Setuju (SS)	27	27%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap gaya influencer atau public figur ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden terhadap tren fashion. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.8.

**Gambar 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Influencer Atau Figur Publik**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.15.

**Tabel 4. 15 Uji skala likert Pernyataan Gaya Influencer Atau Figur Publik**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	2	$1 \times 2 = 2$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	8	$2 \times 8 = 16$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	27	$3 \times 27 = 81$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	36	$4 \times 36 = 144$	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	27	$5 \times 27 = 135$	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>			<b>378</b>		

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 378 : 500 \times 100 = 75,6\% \text{ (Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap **gaya influencer atau figur publik** sering menjadi acuan saya dalam menentukan piluhan pakaian sehari-hari.

5. Pernyataan “menyukai pakaian yang mengutamakan **kenyamanan dan estetika visual** dibandingkan sekedar mengikuti tren”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 2 (2%), tidak setuju sebesar 0 (0%), kurang setuju sebesar 7 (7%), setuju sebesar 43 (43%) dan sangat setuju sebesar 48 (48%).

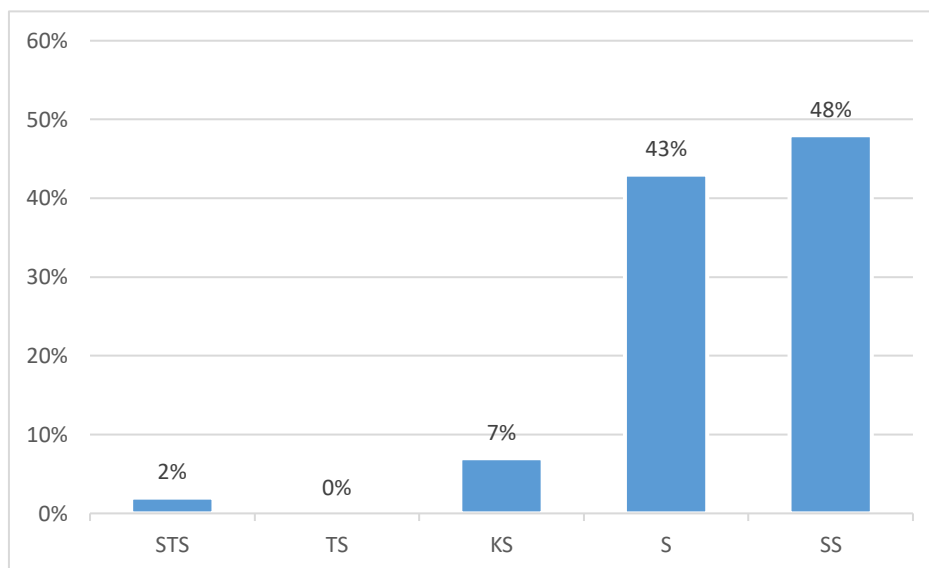
**Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan dan Estetika Visual**

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Tidak Setuju (TS)	0	0%
Kurang Setuju (KS)	7	7%
Setuju (S)	43	43%
Sangat Setuju (SS)	48	48%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap kenyamanan dan estetika visual ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden terhadap tren fashion. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.9.

**Gambar 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan dan Estetika Visual**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.17.

**Tabel 4. 17 Uji skala likert Pernyataan Kenyamanan Dan Estetika Visual**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	2	$1 \times 2 = 2$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	0	$2 \times 0 = 0$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	7	$3 \times 7 = 21$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	43	$4 \times 43 = 172$	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	48	$5 \times 48 = 240$	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>			<b>435</b>		

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 435 : 500 \times 100 = 87,0\% \text{ (Sangat Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap menyukai pakaian yang mengutamakan **kenyamanan dan estetika visual** dibandingkan sekedar mengikuti tren.

## 2. Tanggapan Responden dan Uji Skala likert Implementasi Nilai Dakwah (Variabel Y)

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan pada Mahasiswa dari kelima Fakultas pada bulan Januari 2026 di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Maka peneliti akan menganalisis implementasi nilai-nilai dakwah dari hasil pengisian kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Implementasi Nilai Dakwah**

No.	Implementasi Nilai Dakwah	STS		TS		KS		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	<b>Menutup aurat dengan sempurna</b> selalu saya perhatikan ketika memilih pakaian untuk beraktivitas di lingkungan kampus.	0	0%	5	5%	0	0%	51	51%	44	44%
2.	Saya berusaha konsisten memakai busana yang termasuk kategori <b>tidak ketat dan tidak transparan</b>	0	0%	1	1%	7	7%	61	61%	31	31%

	( <i>syar'i</i> ) dalam berbagai aktivitas, baik di kampus maupun di luar.										
3.	Saya memperhatikan agar riasan dan aksesoris yang saya gunakan tidak melampaui batas wajar sebagai bentuk upaya <b>menghindari tabarruj (berlebih-lebihan dalam berhias).</b>	0	0%	0	0%	8	8%	48	48%	44	44%
4.	Saya berusaha menjaga <b>kesederhanaan (tawadhu)</b> dalam berbusana dengan memilih gaya yang tidak mencolok dan tetap sesuai syariat.	1	1%	0	0%	5	5%	53	53%	41	41%
5.	Ketika menentukan gaya berpakaian, saya selalu mempertimbangkan apakah penampilan tersebut dapat <b>mencerminkan identitas muslim/muslimah</b> secara baik.	1	1%	7	7%	0	0%	46	46%	46	46%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 4.18 diatas menunjukkan bahwa hasil jawaban dari responden terhadap variabel implementasi nilai-nilai dakwah pada kategori jawaban sangat tidak setuju sebesar 0,4% yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban sangat tidak setuju ( $0 + 0 + 0 + 1 + 1 : 5 = 0,4$ ), kemudian untuk kategori jawaban tidak setuju adalah sebesar 2,6%, yaitu hasil dari

penjumlahan kategori jawaban tidak setuju ( $5 + 1 + 0 + 0 + 7 : 5 = 2,6$ ). Untuk kategori jawaban kurang setuju adalah sebesar 4% yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban kurang setuju ( $0 + 7 + 8 + 5 + 0 : 5 = 4$ ), kemudian untuk kategori jawaban setuju adalah 51,8% yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban setuju ( $51 + 61 + 48 + 53 + 46 : 5 = 51,8\%$ ) dan yang terakhir adalah jawaban dengan kategori sangat setuju adalah sebesar 41,2% yaitu hasil dari penjumlahan kategori jawaban sangat setuju ( $44 + 31 + 44 + 41 + 46 : 5 = 41,2$ ).

Maka jawaban responden yang paling banyak muncul adalah jawaban responden pada kategori setuju, kemudian sangat setuju, kurang setuju, tidak setuju dan yang paling rendah adalah kategori jawaban sangat tidak setuju. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa responden memiliki pendapat setuju terhadap implementasi nilai-nilai dakwah, walaupun terdapat beberapa yang memiliki beberapa pandangan yang berbeda terhadap implementasi nilai-nilai dakwah.

Maka berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan beberapa pendapat dari responden terhadap implementasi nilai-nilai dakwah.

1. Pernyataan “**menutup aurat dengan sempurna** ketika memilih pakaian untuk beraktivitas di lingkungan kampus”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 (0%), tidak setuju sebesar 5 (5%), kurang setuju sebesar 0 (0%), setuju sebesar 51 (51%) dan sangat setuju sebesar 44 (44%).

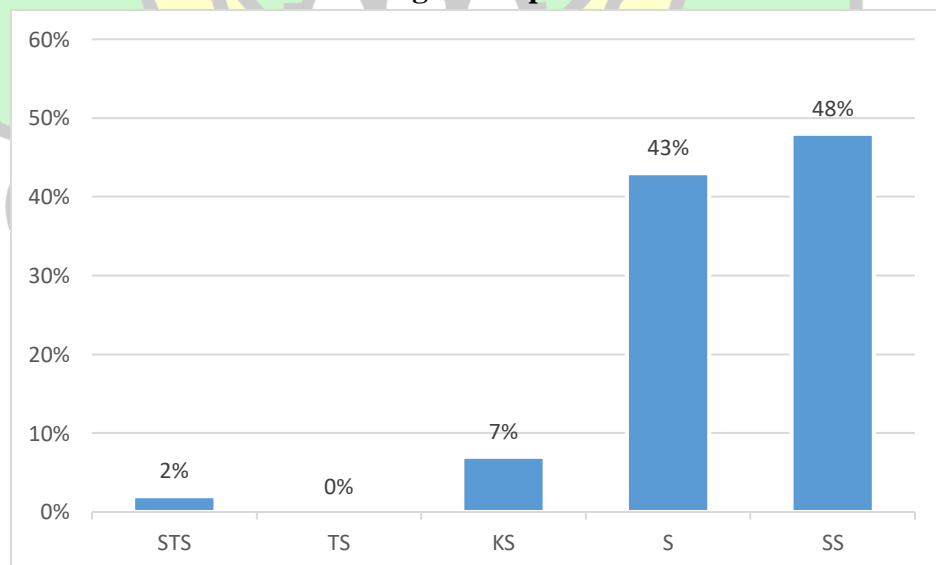
**Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Menutup Aurat Dengan Sempurna**

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Tidak Setuju (TS)	5	5%
Kurang Setuju (KS)	0	0%
Setuju (S)	51	51%
Sangat Setuju (SS)	44	44%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap menutup aurat dengan sempurna ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden pada tren fashion dalam mempengaruhi implementasi nilai-nilai dakwah. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.10.

**Gambar 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Menutup Aurat Dengan Sempurna**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.20.

**Tabel 4. 20 Uji Skala Likert Pernyataan Menutup Aurat Dengan Sempurna**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	$1 \times 0 = 0$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	5	$2 \times 5 = 10$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	0	$3 \times 0 = 0$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	51	$4 \times 51 = 204$	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	44	$5 \times 44 = 220$	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>			<b>434</b>		

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 434 : 500 \times 100 = 86,6\% \text{ (Sangat Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap **menutup aurat dengan sempurna** ketika memilih pakaian untuk beraktivitas di lingkungan kampus.

2. Pernyataan “memakai busana yang termasuk kategori **tidak ketat dan tidak transparan (syar’i)** dalam berbagai aktivitas, baik di kampus maupun di luar”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 (0%), tidak setuju sebesar 1 (1%), kurang setuju sebesar 7 (7%), setuju sebesar 61 (61%) dan sangat setuju sebesar 31 (31%).

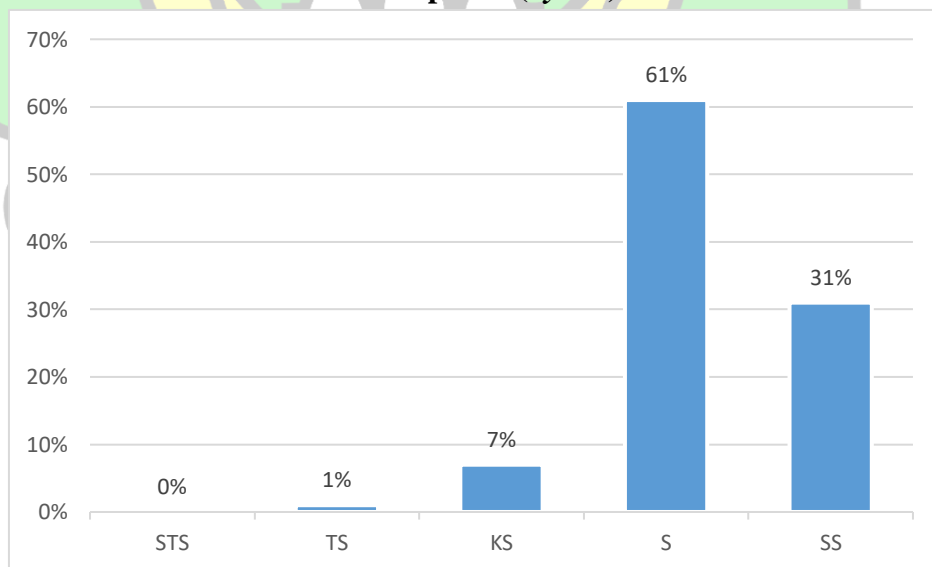
**Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Tidak Ketat dan Transparan (*Syar'i*)**

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Tidak Setuju (TS)	1	1%
Kurang Setuju (KS)	7	7%
Setuju (S)	61	61%
Sangat Setuju (SS)	31	31%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap Tidak Ketat dan Transparan (*Syar'i*) ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden pada tren fashion dalam mempengaruhi implementasi nilai-nilai dakwah. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.11.

**Gambar 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Tidak Ketat dan Transparan (*Syar'i*)**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.22.

**Tabel 4. 22 Uji skala likert Pernyataan Tidak Ketat dan Tidak Transparan (Syar'i)**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	$1 \times 0 = 0$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	1	$2 \times 1 = 2$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	7	$3 \times 7 = 21$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	61	$4 \times 61 = 244$	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	31	$5 \times 31 = 155$	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>				<b>422</b>	

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 422 : 500 \times 100 = 84,4\% \text{ (Sangat Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap menggunakan pakaian yang **tidak ketat dan tidak transparan (syar'i)** dalam berbagai aktivitas, baik di kampus maupun di luar.

3. Pernyataan “memperhatikan agar riasan dan aksesoris yang saya gunakan tidak melampaui batas wajar sebagai bentuk upaya **menghindari tabarruj (berlebih-lebihan dalam berhias)**”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 (0%), tidak setuju sebesar 0 (0%), kurang setuju sebesar 8 (8%), setuju sebesar 48 (48%) dan sangat setuju sebesar 44 (44%).

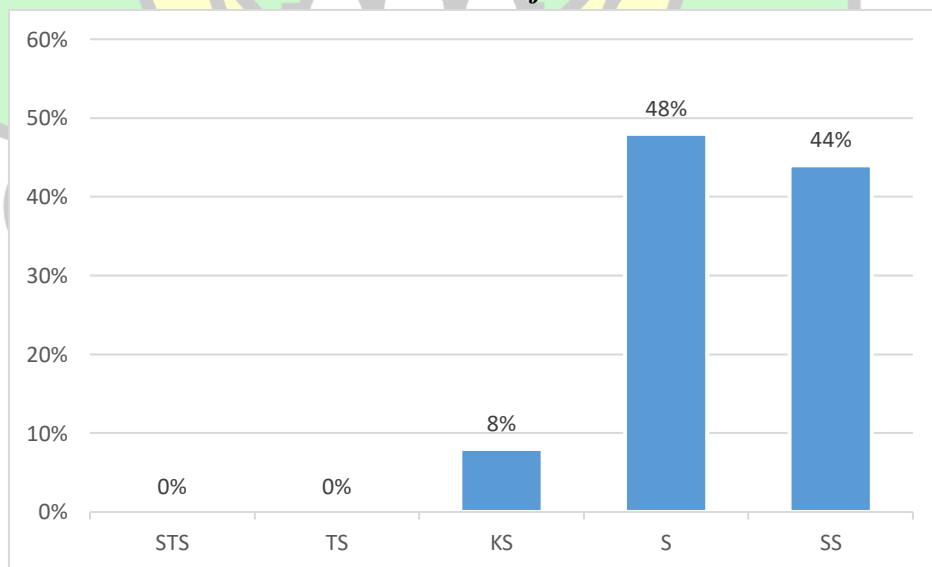
**Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Menghindari *Tabbaruj***

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Tidak Setuju (TS)	0	0%
Kurang Setuju (KS)	8	8%
Setuju (S)	48	48%
Sangat Setuju (SS)	44	44%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap menghindari *tabbaruj* atau berhias dengan berlebihan ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden pada tren fashion dalam mempengaruhi implementasi nilai-nilai dakwah. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.12.

**Gambar 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Menghindari *Tabbaruj***



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.24.

**Tabel 4. 24 Uji skala likert Pernyataan menghindari *Tabbaruj***

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	$1 \times 0 = 0$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	0	$2 \times 0 = 0$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	8	$3 \times 8 = 24$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	48	$4 \times 48 = 192$	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	44	$5 \times 44 = 220$	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>			<b>436</b>		

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} : Y \times 100$$

$$= 436 : 500 \times 100 = 87,2\% \text{ (Sangat Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap **menghindari *tabarruj* (berlebih-lebihan dalam berhias)**.

- Pernyataan “menjaga **kesederhanaan** (*tawadhu*) dalam berbusana dengan memilih gaya yang tidak mencolok dan tetap sesuai syariat”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 1 (1%), tidak setuju sebesar 0 (0%), kurang setuju sebesar 5 (5%), setuju sebesar 53 (53%) dan sangat setuju sebesar 41 (41%).

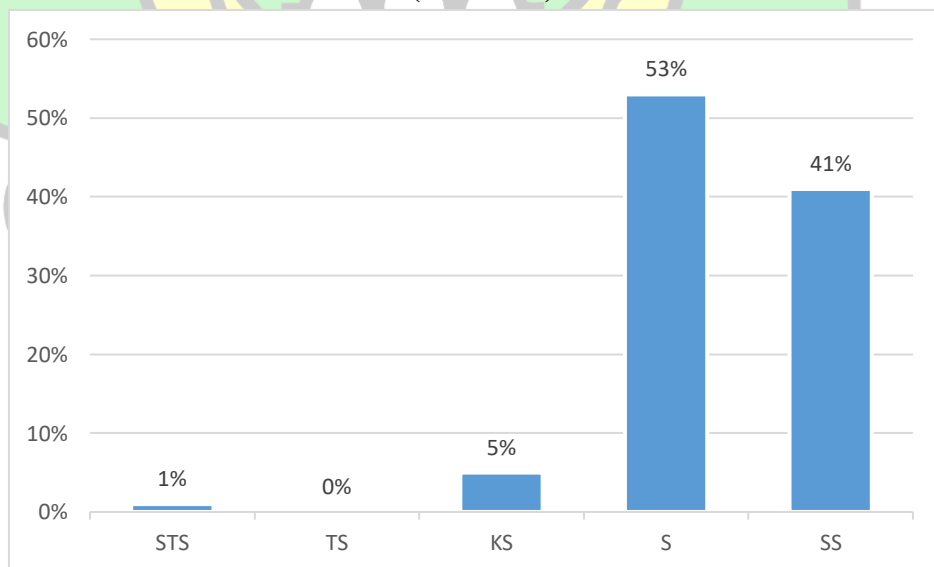
**Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Terhadap Kesederhanaan (Tawadhu)**

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Tidak Setuju (TS)	0	0%
Kurang Setuju (KS)	5	5%
Setuju (S)	53	53%
Sangat Setuju (SS)	41	41%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap kesederhanaan atau *tawadhu*’ ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden pada tren fashion dalam mempengaruhi implementasi nilai-nilai dakwah. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.13.

**Gambar 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Kesederhaan (Tawadhu)**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.26.

**Tabel 4. 26 Uji skala likert Pernyataan Menjaga Kesederhanaan (*Tawadhu*)**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	$1 \times 1 = 1$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	0	$2 \times 0 = 0$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	5	$3 \times 5 = 15$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	53	$4 \times 53 = 212$	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	41	$5 \times 41 = 205$	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>				<b>433</b>	

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 433 : 500 \times 100 = 86,6\% \text{ (Sangat Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap menjaga kesederhanaan (*tawadhu*) dalam berbusana dengan memilih gaya yang tidak mencolok dan tetap sesuai syariat.

- Pernyataan “menentukan gaya berpakaian, dengan mempertimbangkan apakah penampilan tersebut dapat mencerminkan identitas muslim/muslimah secara baik”, responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 1 (1%), tidak setuju sebesar 7 (7%), kurang setuju sebesar 0 (0%), setuju sebesar 46 (46%) dan sangat setuju sebesar 46 (46%).

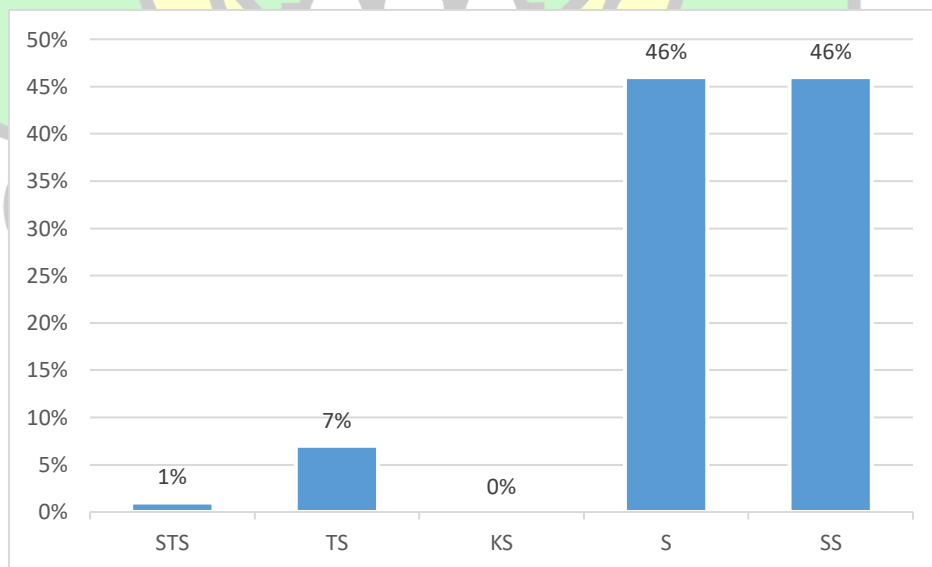
**Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Terhadap Mencerminkan Identitas Muslim/Muslimah**

Pernyataan	Jawaban Responden	Persentase(%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Tidak Setuju (TS)	7	7%
Kurang Setuju (KS)	0	0%
Setuju (S)	46	46%
Sangat Setuju (SS)	46	46%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Penyajian data tanggapan responden terhadap mencerminkan identitas muslim/muslimah ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai sikap dan persepsi responden pada tren fashion dalam mempengaruhi implementasi nilai-nilai dakwah. Melalui penyajian visual, distribusi jawaban responden dapat terlihat secara lebih jelas dan mudah dipahami, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.14.

**Gambar 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Mencerminkan Identitas Muslim/Muslimah**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Adapun berdasarkan uji skala likert pada pernyataan ini dapat di lihat pada Tabel 4.28.

**Tabel 4. 28 Uji skala likert Pernyataan Berpenampilan Mencerminkan Identitas Muslim/Muslimah**

Pernyataan	Bobot Nilai	Jawaban Responden	Perhitungan	Persentase Nilai	Kategori
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1	$1 \times 1 = 1$	0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju (STS)
Tidak Setuju (TS)	2	7	$2 \times 7 = 14$	20% - 39,99%	Tidak Setuju (TS)
Kurang Setuju (KS)	3	0	$3 \times 0 = 0$	40% - 59,99%	Kurang Setuju (KS)
Setuju (S)	4	46	$4 \times 46 = 184$	60% - 79,99%	Setuju (S)
Sangat Setuju (SS)	5	46	$5 \times 46 = 230$	80% - 100%	Sangat Setuju (SS)
<b>Total Skor</b>			<b>429</b>		

Sumber: Data primer diolah (2026)

$$Y = 5 \times 100 = 500$$

$$\text{Indeks\%} = \text{Total Skor} ; Y \times 100$$

$$= 429 : 500 \times 100 = 85,8\% \text{ (Sangat Setuju)}$$

Maka berdasarkan uji skala likert dari hasil jawaban responden dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju terhadap menentukan gaya berpakaian dengan mempertimbangkan apakah penampilan tersebut dapat **mencerminkan identitas muslim/muslimah** secara baik.

#### D. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat suatu kuesioner valid atau tidak, uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu instrument dalam penelitian dapat mengukur dengan tepat. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian validitas

dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  pada setiap butir pernyataan dengan nilai  $r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang, sehingga derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) ditentukan dengan rumus  $df = n - 2$ , yaitu  $df = 100 - 2 = 98$ . Berdasarkan tabel *r product moment*, nilai  $r_{tabel}$  untuk  $df = 98$  pada taraf signifikansi 5% adalah sebesar 0,165. Menentukan instrument dalam penelitian valid adalah  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) dan apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ) maka instrument dalam penelitian dianggap tidak valid. Adapun uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 29 Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
Trend Fashion (X)	X.1	0,630	0,165	Valid
	X.2	0,851	0,165	Valid
	X.3	0,784	0,165	Valid
	X.4	0,675	0,165	Valid
	X.5	0,496	0,165	Valid
Implementasi Nilai Dakwah (Y)	Y.1	0,701	0,165	Valid
	Y.2	0,793	0,165	Valid
	Y.3	0,739	0,165	Valid
	Y.4	0,746	0,165	Valid
	Y.5	0,704	0,165	Valid

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dan hasilnya memperlihatkan bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga mendapatkan nilai yang valid.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan keandalan suatu instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dikatakan reliabel apabila mampu memberikan hasil pengukuran yang relatif sama atau konsisten ketika digunakan pada waktu dan kondisi yang berbeda. Dengan demikian, reliabilitas menunjukkan sejauh mana item-item pernyataan dalam suatu instrumen dapat dipercaya sebagai alat ukur. Tujuan dilakukannya uji reliabilitas adalah untuk memastikan bahwa setiap indikator atau item pernyataan dalam instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga data yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar analisis yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Instrumen yang memiliki tingkat reliabilitas yang baik akan meminimalkan kesalahan pengukuran dan meningkatkan kualitas hasil penelitian.

**Tabel 4. 30 Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Standard Alpha	Keterangan
Trend Fashion (X)	5	0,722	0,60	Reliabel
Implementasi Nilai Dakwah (Y)	5	0,799	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Variabel tren fashion (X) yang diukur menggunakan 5 item pernyataan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha*

sebesar 0,722 nilai ini lebih besar dari standar reliabilitas yang ditetapkan, yaitu 0,60 ( $0,722 > 0,60$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel tren fashion (X) memiliki konsistensi internal yang baik dan dinyatakan reliabel.

Selanjutnya, variabel Implementasi nilai dakwah (Y) yang juga diukur menggunakan 5 item pernyataan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,799 nilai tersebut berada di atas batas minimum *Cronbach's Alpha* yaitu 0,60 ( $0,799 > 0,60$ ), sehingga instrumen pada variabel implementasi nilai dakwah (Y) dapat dikatakan memiliki tingkat keandalan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dalam variabel tersebut.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu tahapan penting dalam analisis data yang bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

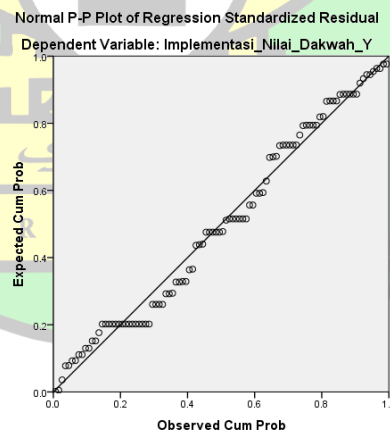
**Tabel 4. 31 Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,04752659
Most Extreme Differences	Absolute	0,089
	Positive	0,089
	Negative	-0,064
Test Statistic		0,089
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		<b>0,058</b>

Sumber: Data primer diolah (2026)

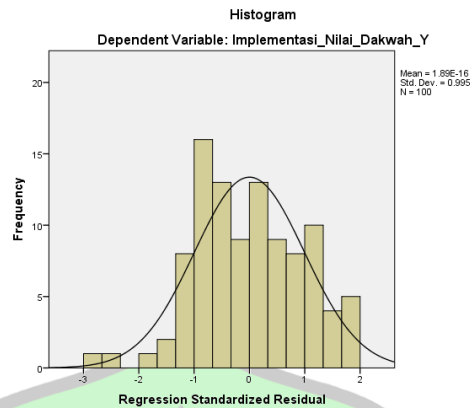
Berdasarkan Tabel 4.31 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,058 nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Berikut ini hasil uji normalitas menggunakan grafik P-P Plot dan diagram histogram yang telah di olah dengan SPSS versi 24.

**Gambar 4. 15 Uji Normalitas Menggunakan P-Plot**



Sumber: Data primer diolah (2026)

**Gambar 4. 16 Uji Normalitas Menggunakan Histogram**



Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan histogram dan *probability plot* (P-Plot), dapat diketahui bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas. Pada tampilan histogram, distribusi data residual membentuk pola menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped curve*) dan menyebar secara relatif simetris di sekitar nilai tengah. Pola ini menunjukkan bahwa data tidak mengalami penyimpangan yang signifikan dari distribusi normal.

Selain itu, hasil pengujian menggunakan P-Plot menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Kondisi ini mengindikasikan bahwa distribusi data residual mendekati distribusi normal, karena tidak terlihat penyimpangan yang ekstrem baik di bagian awal maupun akhir grafik. Berdasarkan hasil *Kolmogorov smirnov*, histogram dan P-Plot, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga memenuhi salah satu asumsi penting dalam analisis regresi dan pengujian statistik lanjutan.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat linear antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian. Uji ini penting dilakukan sebagai salah satu prasyarat dalam analisis regresi, karena model regresi yang baik mensyaratkan adanya hubungan linear antarvariabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity*. Hubungan antar variabel dinyatakan linear apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Tabel 4.32 menyajikan hasil uji linearitas yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan kelayakan data untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 4. 32 Uji Linearitas**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Implementasi Nilai Dakwah (Y) Trend Fashion (X)	Between Groups	(Combined) Linearity	210,682	13	16,206	3,959	0,000
		Linearity	147,706	1	147,706	36,080	0,000
		Deviation from Linearity	62,976	12	5,248	1,282	0,244
		Within Groups	352,068	86	4,094		
	Total	562,750	99				

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) dari tabel diatas, diperoleh nilai *deviation from linearity* adalah 0,244 lebih besar dari 0,05 ( $0,244 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan linear secara signifikan antara variabel tren fashion (X) dengan variabel implementasi nilai dakwah (Y)

sehingga data penelitian ini telah Memenuhi asumsi linearitas dan layak untuk digunakan untuk analisis regresi.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah varian data antar kelompok dalam penelitian memiliki tingkat keragaman yang sama atau homogen. Dalam penelitian ini, uji homogenitas dilakukan dengan menggunakan *Levene's Test*. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (Sig.). Data dikatakan homogen apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak homogen. Tabel 4.33 menyajikan hasil uji homogenitas menggunakan *Levene's Test* sebagai dasar kelayakan data untuk dianalisis pada tahap selanjutnya.

**Tabel 4. 33 Uji Homogenitas**

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,626	11	86	0,106

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari signifikansi (Sig.) adalah sebesar 0,106 ( $0,106 > 0,05$ ), maka sebagaimana pengambilan keputusan dalam uji homogenitas, dapat disimpulkan bahwa varian data dari tren fashion pada implementasi nilai dakwah adalah sama atau homogen.

## E. Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan menganalisis data angket yang diberikan kepada responden. Untuk mengetahui tanggapan responden maka di analisis data dengan menggunakan rata-rata keseluruhan skor yang telah dibuat dengan model skala likert Analisis data tentang pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah. Analisis data yang digunakan mencakup analisis regresi sederhana, koefisien determinasi, dan uji signifikansi (uji t).

### 1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis ini bertujuan untuk melihat sejauh mana perubahan pada variabel bebas dapat memengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif.

Dalam penelitian ini, analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penggunaan analisis regresi sederhana dilakukan setelah data penelitian memenuhi asumsi-asumsi klasik, seperti normalitas, linearitas, dan homogenitas. Hasil analisis regresi sederhana disajikan dalam Tabel 4.34 dan digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis penelitian.

**Tabel 4. 34 Analisis Regresi Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	13,756	1,352	
	Tren Fashion (X)	0,398	0,067	0512

Sumber: Data primer diolah (2026)

Persamaan model regresi linear pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b X + e$$

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 13,756 + 0,398 X$$

Berdasarkan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- a. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai dari konstanta mempunyai arah koefisien regresi yaitu sebesar 13,756 yang artinya apabila Trend Fashion tetap atau konstan, maka Implementasi Nilai Dakwah sebesar 13,756.
- b. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear Trend Fashion (X) bernilai positif sebesar 0,398 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan Trend Fashion bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat Implementasi Nilai Dakwah sebesar 0,398 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.

## 2. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikat. Nilai koefisien determinasi menunjukkan

proporsi kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Dalam analisis regresi sederhana, koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R. Semakin besar nilai R, maka semakin besar pula kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

**Tabel 4. 35 Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,512	0,262	0,255	2,068

Sumber: Data primer diolah (2026)

Dari tabel diatas nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,512. Hal ini menunjukkan bahwa 51,2% variabel Trend Fashion (X) mampu menjelaskan variabel Implementasi Nilai Dakwah. Sedangkan sisanya, yaitu 48,6% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti tingkat religiusitas individu, peran media sosial, motivasi internal individu dan sebagainya.

### 3. Uji Signifikansi (Uji t)

Uji t merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji ini bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara individual. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai  $t_{tabel}$  ditentukan berdasarkan derajat kebebasan ( $df = n-k-1$ ), dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan satu variabel bebas, sehingga diperoleh  $df = 100-1-1 = 98$ . Berdasarkan tabel distribusi t pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,660.

Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel tren fashion (X) terhadap implementasi nilai-nilai dakwah (Y). Pengambilan

keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau dengan melihat nilai signifikansi (Sig.). Variabel bebas dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

**Tabel 4. 36 Uji Signifikansi (Uji t)**

Model	$T_{hitung}$	$T_{tabel}$	Sig
Constant	10,172	1,660	0,000
Trend Fashion (X)	5,906		0,000

Sumber: Data primer diolah (2026)

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS 24 dapat diketahui bahwa hasil dari uji t untuk variabel tren fashion (X) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,906 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan  $0,000 < 0,050$  dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ ) 0,050. Dengan demikian,  $t_{hitung} (5,906) > t_{tabel} (1,660)$ . Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara tren fashion (X) terhadap implementasi nilai-nilai dakwah (Y).

#### F. Pembahasan

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel tren fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap implementasi nilai-nilai dakwah. Temuan ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,398 yang bernilai positif, serta hasil uji t yang menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini mengindikasikan bahwa tren fashion memiliki peran nyata dalam memengaruhi bagaimana nilai-nilai dakwah diimplementasikan di UIN Ar-Raniry.

Nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,512. Hal ini menunjukkan bahwa 51,2% variabel Trend Fashion (X) mampu menjelaskan variabel Implementasi

Nilai Dakwah. Sedangkan sisanya, yaitu 48,6% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti tingkat religiusitas individu, peran media sosial, motivasi internal individu dan sebagainya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep dakwah kultural, yang memandang dakwah sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam melalui pendekatan budaya yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu beradaptasi dengan konteks sosial dan budaya masyarakat tanpa menghilangkan substansi ajaran Islam. Dalam konteks ini, fashion sebagai bagian dari budaya populer menjadi medium yang strategis untuk menyampaikan nilai dakwah secara halus dan tidak konfrontatif.<sup>45</sup>

Selain itu, teori komunikasi simbolik menjelaskan bahwa pakaian dan gaya berpakaian merupakan simbol sosial yang sarat makna, fashion tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang menyampaikan identitas, nilai, dan ideologi tertentu. Ketika tren fashion mengandung nilai kesopanan, identitas keislaman, dan etika berpakaian sesuai ajaran Islam, maka simbol tersebut berfungsi sebagai pesan dakwah yang terus menerus dikonsumsi oleh individu maupun lingkungan sosialnya.<sup>46</sup>

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa nilai-nilai sosial dan religius akan lebih mudah diterima apabila disampaikan melalui media yang familiar dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Proses pendalaman atau internalisasi nilai agama terjadi melalui proses pembiasaan dan penghayatan yang berulang. Tren fashion

---

<sup>45</sup> Azra, A. (2015). *Islam dalam Arus Globalisasi*. Jakarta: Mizan.

<sup>46</sup> Barnard, M. (2014). *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

yang selaras dengan nilai dakwah memungkinkan individu untuk menghayati ajaran agama melalui praktik konkret, sehingga nilai dakwah tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diwujudkan dalam perilaku.

Tren fashion yang berkembang di UIN Ar-Raniry ataupun masyarakat akan berperan sebagai realitas sosial yang terobjektivikasi. Ketika tren tersebut mengandung nilai dakwah, maka individu yang mengadopsinya secara tidak langsung menginternalisasi nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini memperkuat temuan statistik bahwa tren fashion memiliki pengaruh terhadap implementasi nilai dakwah.<sup>47</sup> Maka hasil statistik dalam penelitian ini tidak berdiri sendiri, melainkan didukung oleh berbagai teori yang menjelaskan bahwa fashion sebagai simbol budaya, media komunikasi, dan penanda identitas sosial memiliki kemampuan untuk memengaruhi internalisasi dan implementasi nilai-nilai dakwah.

---

<sup>47</sup> Muhaimin. (2012). *Paradigma Pendidikan Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh variabel tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah. Kesimpulan ini disusun untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, serta sebagai rangkuman dalam penelitian ini.

1. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel tren fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap implementasi nilai-nilai dakwah. Temuan ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,398 yang bernilai positif, serta hasil uji t yang menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini mengindikasikan bahwa tren fashion memiliki peran nyata dalam memengaruhi bagaimana nilai-nilai dakwah diimplementasikan di UIN Ar-Raniry.
2. Nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,512. Hal ini menunjukkan bahwa 51,2% variabel Trend Fashion (X) mampu menjelaskan variabel Implementasi Nilai Dakwah. Sedangkan sisanya, yaitu 48,6% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti tingkat religiusitas individu, peran media sosial, motivasi internal individu dan sebagainya.

## B. Saran

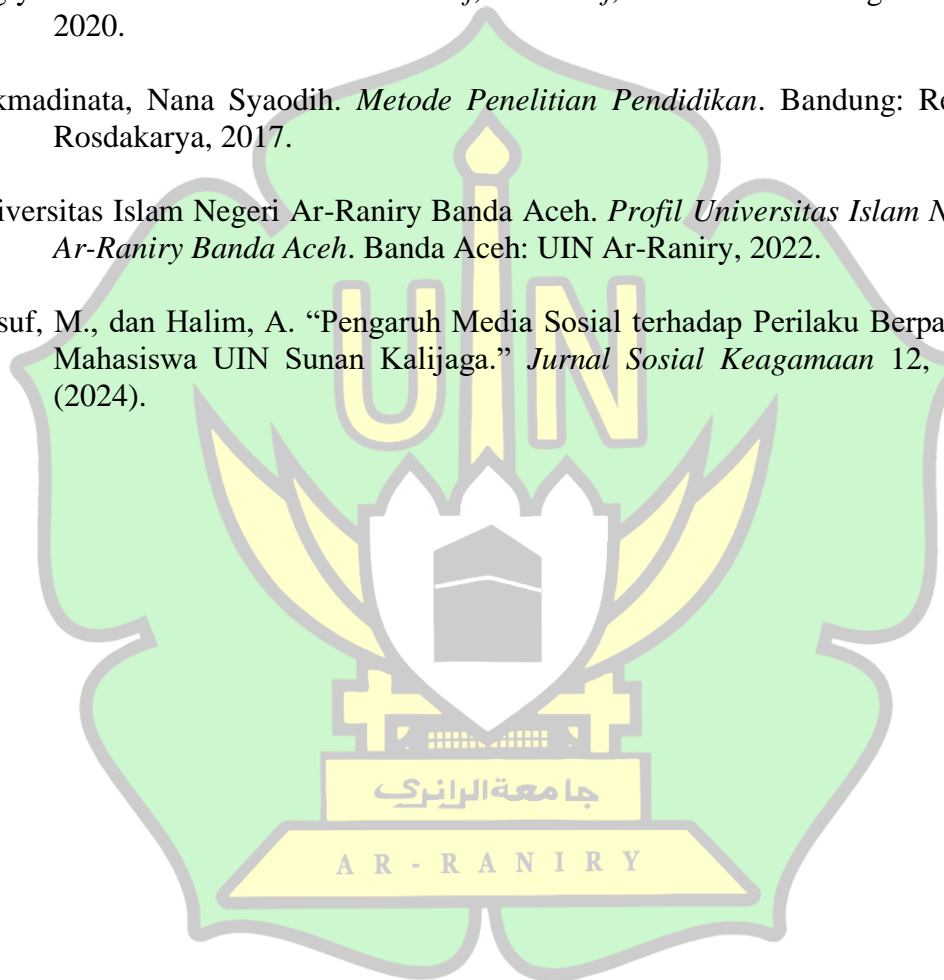
Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis. Saran-saran ini disusun sebagai bentuk tindak lanjut dari temuan penelitian serta sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan terkait dengan penelitian selanjutnya.

1. Saran saya bagi pihak kampus adalah agar hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dalam merancang kebijakan dan program pembinaan mahasiswa, khususnya berkaitan dengan etika berbusana. Mengingat tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh tren fashion terhadap implementasi nilai-nilai dakwah, maka diperlukan upaya sistematis dari institusi pendidikan dalam mengarahkan tren fashion agar tetap selaras dengan nilai-nilai dakwah dan prinsip syariat Islam.
2. Saran saya bagi peneliti selanjutnya adalah agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti tingkat religiusitas, intensitas penggunaan media sosial, atau pengaruh lingkungan pergaulan. Hal ini penting untuk memperdalam tujuan penelitian dalam memahami faktor – faktor lain yang turut memengaruhi implementasi nilai – nilai dakwah dalam praktik berbusana mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Hidayat, Dede. "Tren Fashion Mahasiswa dan Identitas Sosial di Era Digital." *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2021): 145–160.
- Hidayati, R. "Media Sosial dan Pembentukan Gaya Hidup Mahasiswa Muslim." *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 1 (2022).
- Karimah, N. "Internalisasi Nilai Dakwah melalui Penampilan Berbusana Mahasiswa Muslim." Skripsi, Fakultas Dakwah, 2020.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI, 2020.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, 2018.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
- Munir, M., dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Nurdin. "Implementasi Nilai-Nilai Dakwah dalam Kehidupan Mahasiswa." *Jurnal Dakwah dan Sosial* 8, no. 1 (2020): 75–90.

- Polhemus, Ted, dan Lynn Procter. *Fashion and Anti-Fashion: An Anthropology of Clothing and Adornment*. London: Thames and Hudson, 2017.
- Putri, A., dan Nanda, R. “Tren Hijab dan Identitas Keislaman Remaja Muslim di Era Digital.” *Jurnal Studi Islam* 6, no. 2 (2021).
- Salsabila, A. “Pengaruh Fashion Terhadap Religiusitas Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Indonesia.” Skripsi, 2023.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. *Profil Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2022.
- Yusuf, M., dan Halim, A. “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Berpakaian Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga.” *Jurnal Sosial Keagamaan* 12, no. 1 (2024).



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Keterangan (SK) Skripsi

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: B.306/Un.08/FDK/KP.00.4/3/2025

Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 133 Tahun 1966, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2025, Tanggal 02 Desember 2024

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa.

Pertama : Menunjuk Sdr. 1). Kamaruddin, S.Ag., MA (Sebagai Pembimbing Utama)  
2). Fakhruddin, S.E., M.M (Sebagai Pembimbing Kedua)

Untuk membimbing Skripsi:

Nama : Aulia Ramadhanti

NIM/Jurusan : 220403004/Manajemen Dakwah (MD)

Judul : Pengaruh Tren Fashion Terhadap Implementasi Nilai-Nilai Dakwah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2025;

Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.

Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Banda Aceh

Pada Tanggal: 05 Maret 2025 M

05 Ramadhan 1446 H

Delegasi  
Kep. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry;
3. Pembimbing Skripsi;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.

Keterangan:

SK berlaku sampai dengan tanggal: 30 Januari 2026

## Lampiran 2 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp/Fax. : 0651-752921

Nomor : B.2711/Un.08/FDK.U/PP.00.9/11/2025

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,

Rektor Universitas Islam Negeri Ar-raniry

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

NIM : 220403004

Nama : AULIA RAMADHANTI

Program Studi/Jurusan : Manajemen Dakwah

Alamat : Simpang Prapat hilir Desa Prapat hilir -

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **PENGARUH TREN FASHION TERHADAP IMPLEMENTASI NILAI-NILAI DAKWAH DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**

Banda Aceh, 25 November 2025

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Mahmuddin, M.Si.

NIP. 197210201997031002

Berlaku sampai : 13 Januari 2026

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

### Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY Banda Aceh**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp/ fax : 0651-7552921 - 7552922  
Situs: [www.ar-raniry.ac.id](http://www.ar-raniry.ac.id) E-mail: [uin@ar-raniry.ac.id](mailto:uin@ar-raniry.ac.id)

Nomor : 4188/Un.08/B.II.1/PP.00.9/06/2025  
Lamp : -  
Hal : Izin Penelitian

22 Desember 2025

Yth.  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
di-  
Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Menyikapi surat Saudara Nomor :B.2711/Un.08/FDK.I/PP.00.9/11/2025 tanggal 25 November 2025 tentang Penelitian Ilmiah Mahasiswa dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul "**PENGARUH TREN FASHION TERHADAP IMPLEMENTASI NILAI-NILAI DAKWAH DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**", maka kami tidak keberatan untuk memberikan data yang dibutuhkan Penelitian dimaksud kepada :

Nama : Aulia Ramadhanti  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Prodi : Manajemen Dakwah  
NIM : 220403004

Demikian, untuk dapat dipergunakan seperfunya.

Kelembagaan  
Kepala Biro AAKK UIN Ar-Raniry  
Kepala Bagian Akademik



AR - RANIRY

*Energi Kebangsaan, Sinergi Membangun Negeri*



Lampiran 4 Tabulasi Data Jawaban Responden

**Tabulasi Data**

1. Tren Fashion (X)

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X
1.	4	3	4	2	3	<b>16</b>
2.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
3.	4	4	5	4	5	<b>22</b>
4.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
5.	4	3	4	3	4	<b>18</b>
6.	4	3	4	4	4	<b>19</b>
7.	4	2	4	3	3	<b>16</b>
8.	4	3	4	3	4	<b>18</b>
9.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
10.	3	3	3	3	3	<b>15</b>
11.	4	4	4	4	5	<b>21</b>
12.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
13.	4	4	4	3	5	<b>20</b>
14.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
15.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
16.	4	2	4	3	5	<b>18</b>
17.	4	2	4	3	5	<b>18</b>
18.	5	5	5	5	4	<b>24</b>
19.	5	4	4	4	5	<b>22</b>
20.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
21.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
22.	4	4	5	5	5	<b>23</b>
23.	4	2	4	2	4	<b>16</b>
24.	4	3	4	4	4	<b>19</b>
25.	4	5	5	5	5	<b>24</b>
26.	4	4	3	3	4	<b>18</b>
27.	5	5	5	3	4	<b>22</b>
28.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
29.	4	3	4	3	4	<b>18</b>
30.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
31.	4	3	2	1	5	<b>15</b>
32.	3	3	3	3	4	<b>16</b>
33.	4	3	3	3	4	<b>17</b>
34.	1	5	4	5	4	<b>19</b>
35.	4	2	3	4	1	<b>14</b>
36.	4	3	4	3	5	<b>19</b>
37.	4	3	3	4	3	<b>17</b>
38.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
39.	4	4	4	4	4	<b>20</b>

40.	4	3	4	3	5	<b>19</b>
41.	4	3	4	3	4	<b>18</b>
42.	4	3	4	2	5	<b>18</b>
43.	3	2	4	5	5	<b>19</b>
44.	5	3	4	4	4	<b>20</b>
45.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
46.	4	4	4	3	4	<b>19</b>
47.	4	3	4	3	4	<b>18</b>
48.	5	3	4	5	5	<b>22</b>
49.	4	4	4	3	5	<b>20</b>
50.	4	3	4	4	4	<b>19</b>
51.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
52.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
53.	4	4	4	3	5	<b>20</b>
54.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
55.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
56.	5	5	5	5	4	<b>24</b>
57.	5	4	5	5	5	<b>24</b>
58.	4	4	4	3	4	<b>19</b>
59.	4	4	5	4	4	<b>21</b>
60.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
61.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
62.	4	3	4	4	5	<b>20</b>
63.	5	4	4	4	4	<b>21</b>
64.	4	4	3	4	5	<b>20</b>
65.	3	3	4	5	5	<b>20</b>
66.	5	3	4	2	5	<b>19</b>
67.	4	2	4	2	5	<b>17</b>
68.	3	2	4	3	5	<b>17</b>
69.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
70.	5	4	5	3	5	<b>22</b>
71.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
72.	3	3	5	5	5	<b>21</b>
73.	3	4	5	5	5	<b>22</b>
74.	5	2	3	1	5	<b>16</b>
75.	2	3	4	2	5	<b>16</b>
76.	4	3	4	3	4	<b>18</b>
77.	5	3	5	2	5	<b>20</b>
78.	5	4	3	5	4	<b>21</b>
79.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
80.	4	5	3	5	3	<b>20</b>
81.	4	4	4	5	4	<b>21</b>
82.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
83.	4	3	2	3	4	<b>16</b>
84.	5	5	4	5	5	<b>24</b>
85.	4	5	5	4	5	<b>23</b>
86.	5	4	4	4	5	<b>22</b>
87.	3	4	5	5	5	<b>22</b>

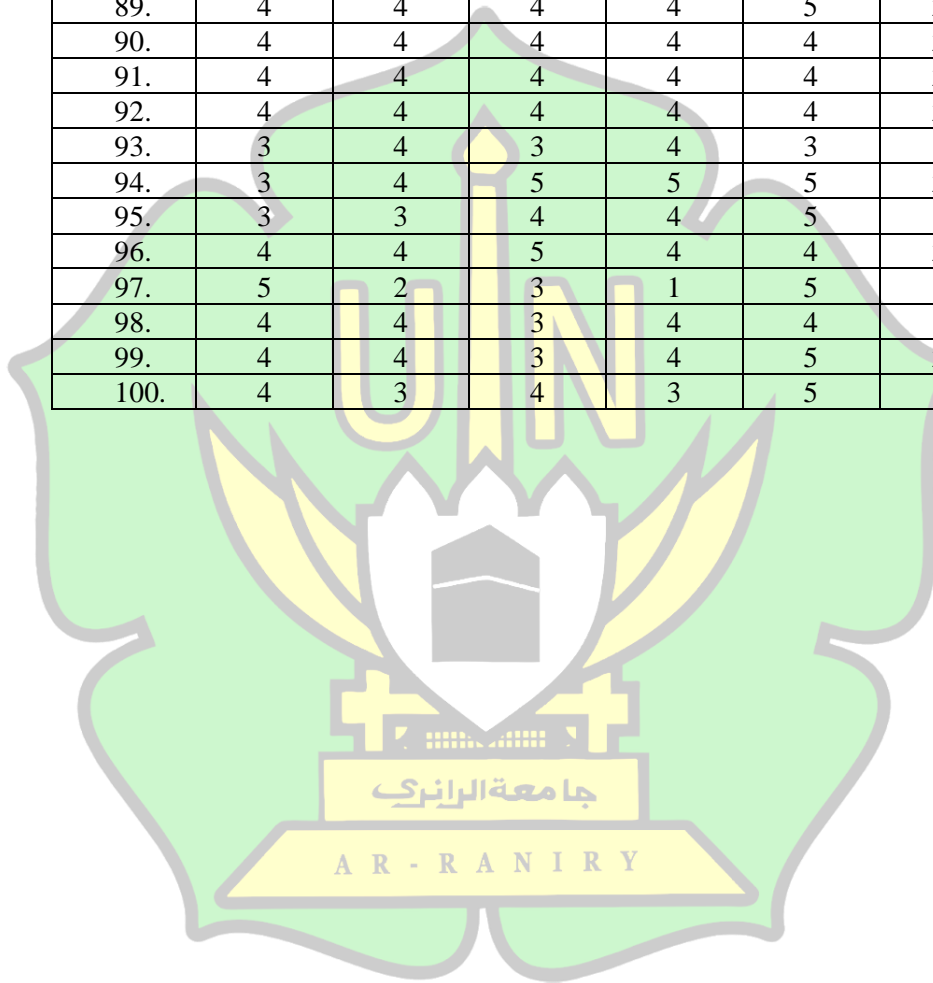
88.	4	3	4	3	4	<b>18</b>
89.	4	5	5	4	5	<b>23</b>
90.	4	3	4	3	4	<b>18</b>
91.	1	1	3	4	4	<b>13</b>
92.	4	5	5	4	5	<b>23</b>
93.	2	1	2	2	1	<b>8</b>
94.	5	5	5	5	3	<b>23</b>
95.	4	4	3	4	4	<b>19</b>
96.	3	3	3	4	5	<b>18</b>
97.	5	5	3	5	3	<b>21</b>
98.	1	1	3	4	5	<b>14</b>
99.	5	5	4	3	5	<b>22</b>
100.	2	2	3	4	5	<b>16</b>

## 2. Implementasi Nilai-Nilai Dakwah (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
1.	4	4	4	3	4	<b>19</b>
2.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
3.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
4.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
5.	5	5	5	4	5	<b>24</b>
6.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
7.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
8.	5	4	4	4	5	<b>22</b>
9.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
10.	4	3	4	3	3	<b>17</b>
11.	5	5	4	5	5	<b>24</b>
12.	5	4	5	5	5	<b>24</b>
13.	5	4	5	5	5	<b>24</b>
14.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
15.	5	5	5	5	4	<b>24</b>
16.	4	4	5	4	4	<b>21</b>
17.	4	4	5	4	4	<b>21</b>
18.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
19.	5	4	5	5	5	<b>24</b>
20.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
21.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
22.	5	5	5	4	5	<b>24</b>
23.	4	4	4	4	4	<b>20</b>
24.	4	4	4	4	1	<b>16</b>
25.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
26.	5	4	4	4	4	<b>21</b>
27.	5	5	4	4	5	<b>23</b>
28.	5	5	5	5	5	<b>25</b>
29.	5	4	4	4	4	<b>21</b>
30.	5	5	5	5	5	<b>25</b>

31.	5	4	5	4	4	22
32.	4	4	4	4	4	20
33.	5	5	4	4	5	23
34.	4	4	5	4	4	21
35.	4	4	4	4	4	20
36.	4	4	4	4	4	20
37.	5	4	5	5	5	24
38.	5	4	4	5	5	23
39.	4	4	4	4	4	20
40.	4	4	3	4	4	19
41.	3	4	4	4	3	18
42.	5	5	5	5	5	25
43.	5	5	5	5	5	25
44.	4	4	4	4	4	20
45.	4	4	4	4	4	20
46.	4	4	4	4	4	20
47.	4	4	5	4	4	21
48.	5	5	5	5	5	25
49.	5	5	5	5	5	25
50.	4	4	5	5	5	23
51.	4	4	4	4	4	20
52.	4	4	4	4	4	20
53.	4	5	5	5	4	23
54.	5	5	5	5	5	25
55.	4	4	4	4	4	20
56.	5	5	5	5	5	25
57.	4	5	5	5	4	23
58.	4	4	4	4	4	20
59.	5	5	5	5	5	25
60.	5	5	4	5	5	24
61.	4	4	4	4	4	20
62.	5	4	5	5	5	24
63.	4	4	5	5	3	21
64.	4	4	4	4	4	20
65.	5	5	5	5	5	25
66.	5	5	5	5	5	25
67.	5	4	4	4	4	21
68.	4	4	5	3	5	21
69.	4	4	4	4	4	20
70.	5	3	3	5	4	20
71.	4	4	4	4	4	20
72.	3	5	5	4	5	22
73.	5	5	5	5	5	25
74.	5	3	4	3	5	20
75.	5	4	3	5	5	22
76.	5	5	5	5	5	25
77.	4	3	4	5	5	21
78.	5	3	4	5	3	20

79.	4	4	4	4	4	20
80.	4	4	3	5	3	19
81.	4	4	4	4	4	20
82.	4	4	4	4	4	20
83.	4	4	5	4	3	20
84.	5	5	5	5	5	25
85.	4	4	5	5	4	22
86.	5	5	5	5	5	25
87.	5	5	5	5	5	25
88.	4	4	4	4	4	20
89.	4	4	4	4	5	21
90.	4	4	4	4	4	20
91.	4	4	4	4	4	20
92.	4	4	4	4	4	20
93.	3	4	3	4	3	17
94.	3	4	5	5	5	22
95.	3	3	4	4	5	19
96.	4	4	5	4	4	21
97.	5	2	3	1	5	16
98.	4	4	3	4	4	19
99.	4	4	3	4	5	20
100.	4	3	4	3	5	19



Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS 24

FREQUENCIES VARIABLES= Jk Usia Fakultas MF /STATISTICS=MINIMUM  
 MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS

**Jenis\_Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	15	15.0	15.0	15.0
	Perempuan	85	85.0	85.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-19 Tahun	20	20.0	20.0	20.0
	20-23 Tahun	78	78.0	78.0	98.0
	24-26 Tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Fakultas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dakwah dan Komunikasi	11	11.0	11.0	11.0
	Tarbiyah dan Keguruan	49	49.0	49.0	60.0
	Adab dan Humaniora	9	9.0	9.0	69.0
	Ushuluddin dan Filsafat	9	9.0	9.0	78.0
	Ekonomi dan Bisnis	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Minat\_Fashion

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Berminat	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Berminat	1	1.0	1.0	3.0
	Cukup Berminat	50	50.0	50.0	53.0
	Berminat	45	45.0	45.0	98.0
	Sangat Berminat	2	2.0	2.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

#### 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
Trend Fashion (X)	X.1	0,630	0,165	Valid
	X.2	0,851	0,165	Valid
	X.3	0,784	0,165	Valid
	X.4	0,675	0,165	Valid
	X.5	0,496	0,165	Valid
Implementasi Nilai Dakwah (Y)	Y.1	0,701	0,165	Valid
	Y.2	0,793	0,165	Valid
	Y.3	0,739	0,165	Valid
	Y.4	0,746	0,165	Valid
	Y.5	0,704	0,165	Valid

#### Correlation

[DataSet1]

Pengaruh Trend Fashion (X)

جامعة الرانيري  
A R - R A N I R Y

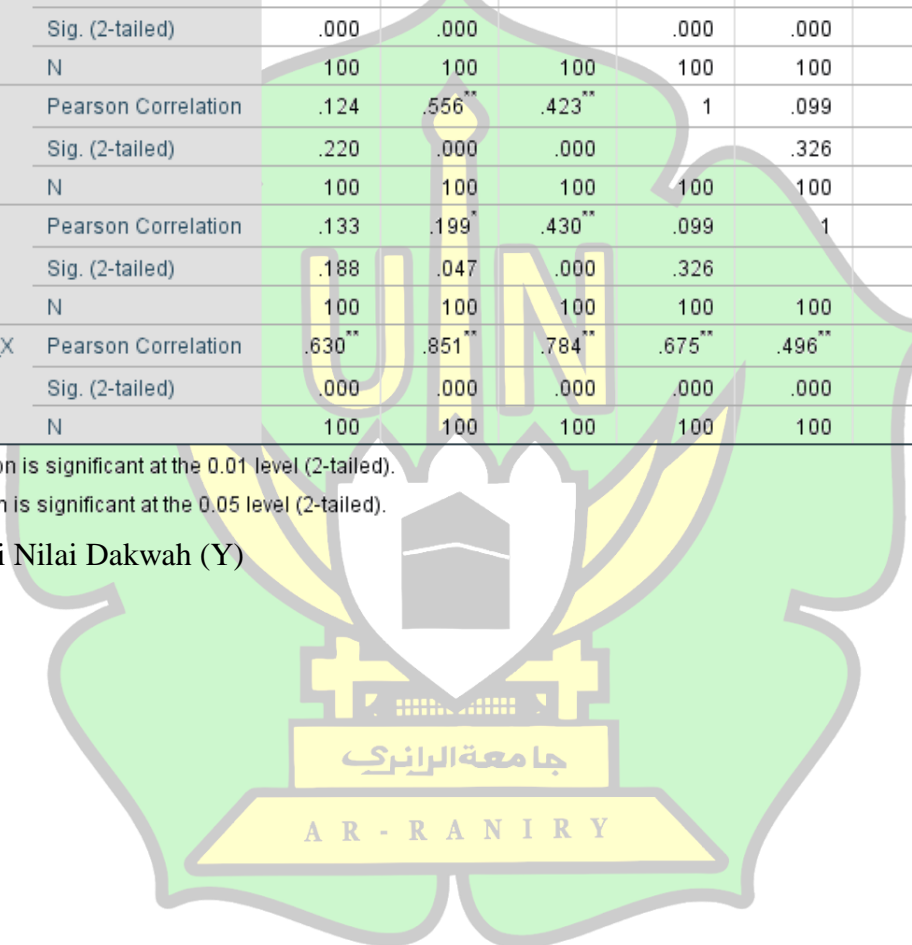
### Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Tren_Fashion_X
X.1	Pearson Correlation	1	.530**	.392**	.124	.133	.630**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.220	.188	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.2	Pearson Correlation	.530**	1	.551**	.556**	.199*	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.047	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.3	Pearson Correlation	.392**	.551**	1	.423**	.430**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.4	Pearson Correlation	.124	.556**	.423**	1	.099	.675**
	Sig. (2-tailed)	.220	.000	.000		.326	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.5	Pearson Correlation	.133	.199*	.430**	.099	1	.496**
	Sig. (2-tailed)	.188	.047	.000	.326		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tren_Fashion_X	Pearson Correlation	.630**	.851**	.784**	.675**	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Implementasi Nilai Dakwah (Y)



### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Implementasi _Nilai_Dakwa h_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.407**	.329**	.392**	.552**	.701**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	99	100
Y.2	Pearson Correlation	.407**	1	.580**	.611**	.410**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	99	100
Y.3	Pearson Correlation	.329**	.580**	1	.485**	.387**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	99	100
Y.4	Pearson Correlation	.392**	.611**	.485**	1	.295**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	99	100
Y.5	Pearson Correlation	.552**	.410**	.387**	.295**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003		.000
	N	99	99	99	99	99	99
Implementasi_Nilai_Dakwah_Y	Pearson Correlation	.701**	.793**	.739**	.746**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	99	100

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

### Uji Reliabilitas

Tren Fashion (X)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	5

.722

5

A R - R A N I R Y

Implementasi Nilai-Nilai Dakwah (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	5

.799

5

## Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,04752659
Most Extreme Differences	Absolute	0,089
	Positive	0,089
	Negative	-0,064
Test Statistic		0,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,058

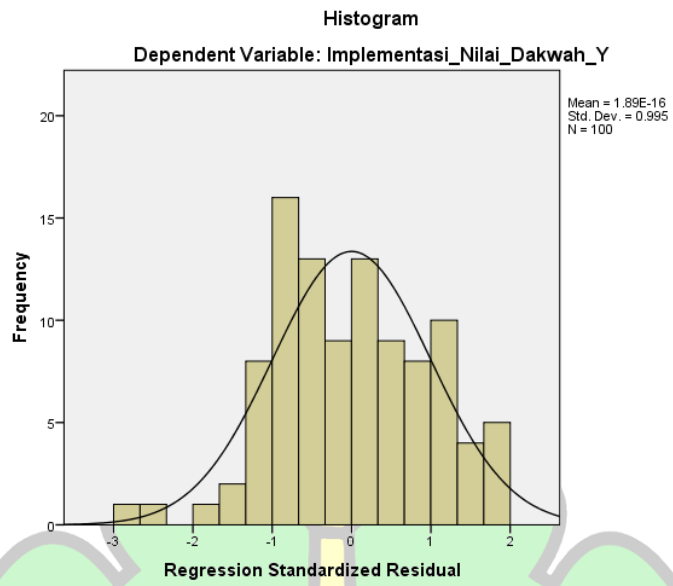
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04752659
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.064
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058 <sup>c</sup>

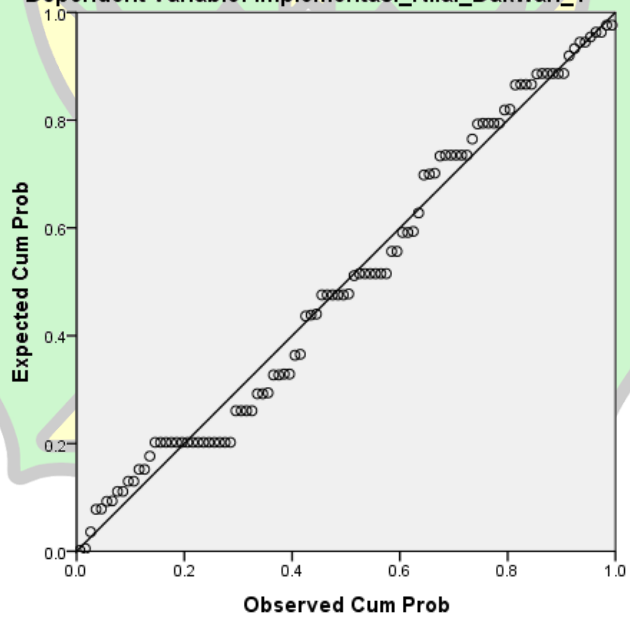
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**  
Dependent Variable: Implementasi\_Nilai\_Dakwah\_Y



### Uji Linieritas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Implementasi Nilai Dakwah (Y) Trend Fashion (X)	Between Groups	(Combined)	210,682	13	16,206	3,959	0,000
		Linearity	147,706	1	147,706	36,080	0,000
		Deviation from Linearity	62,976	12	5,248	1,282	0,244
	Within Groups		352,068	86	4,094		
Total			562,750	99			

### Uji Homogenitas

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,626	11	86	0,106

#### Test of Homogeneity of Variances

Implementasi\_Nilai\_Dakwah\_Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.626	11	86	.106

### Uji Regresi Sederhana dan Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	13,756	1,352	
	Trend Fashion (X)	0,398	0,067	0512

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig
Constant	10,172	1,660	0,000
Trend Fashion (X)	5,906		0,000

## Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,512	0,262	0,255	2,068

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 <sup>a</sup>	.262	.255	2.058

a. Predictors: (Constant), Tren\_Fashion\_X

b. Dependent Variable: Implementasi\_Nilai\_Dakwah\_Y

## Uji Korelasi

			Trend Fashion (X)	Implementasi Nilai Dakwah (Y)
Spearman's rho	Trend Fashion (X)	Correlation Coefficient	1,000	0,512
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	100	100
Implementasi Nilai Dakwah (Y)	Implementasi Nilai Dakwah (Y)	Correlation Coefficient	0,512	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	100	100

## Statistik Deskriptif Tren Fashion (X)

X.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	6.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	15.0
	Setuju	58	58.0	58.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	13.0
	Kurang Setuju	30	30.0	30.0	43.0
	Setuju	35	35.0	35.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	16	16.0	16.0	19.0
	Setuju	55	55.0	55.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	10.0
	Kurang Setuju	27	27.0	27.0	37.0
	Setuju	36	36.0	36.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	7	7.0	7.0	9.0
	Setuju	43	43.0	43.0	52.0
	Sangat Setuju	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Implementasi Nilai – Nilai Dakwah

#### Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Setuju	51	51.0	51.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	7	7.0	7.0	8.0
	Setuju	61	61.0	61.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju	48	48.0	48.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Setuju	53	53.0	53.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	7	7.0	7.0	8.0
	Setuju	46	46.0	46.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

A R - R A N I R Y

Lampiran 6 Titik Persentase Distribusi T Tabel

**Titik Presentase Distribusi R tabel**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 7 Titik Persentase Distribusi F Tabel

Tabel t

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 8 Daftar Nama Responden

No	NAMA	FAKULTAS	ANGKATAN
1.	Marlinda	Dakwah dan Komunikasi	2021
2.	Selvia Nurul Aini	Tarbiyah dan Keguruan	2022
3.	Alya Maghfirah	Ekonomi dan Bisnis	2022
4.	Nada Azizah	Tarbiyah dan Keguruan	2022
5.	Cut Aisyah Nur Ulayya	Dakwah dan Komunikasi	2023
6.	Nayya Putri Siva	Ekonomi dan Bisnis	2024
7.	Ezra Elfreda Humaira	Ekonomi dan Bisnis	2022
8.	Fitri Nadjua	Ushuluddin dan Filsafat	2022
9.	Nadya	Ekonomi dan Bisnis	2024
10.	Zulfikar	Tarbiyah dan Keguruan	2022
11.	Khaira Fitri	Dakwah dan Komunikasi	2024
12.	Lia Sautin Nida	Dakwah dan Komunikasi	2022
13.	Irma	Dakwah dan Komunikasi	2023
14.	Surya Darma putra Darussalam	Ekonomi dan Bisnis	2022
15.	Khairunnisa	Tarbiyah dan Keguruan	2024
16.	Cinta Ananda	Tarbiyah dan Keguruan	2021
17.	Yessy Pitry	Tarbiyah dan Keguruan	2025
18.	Risky Amanda Harahap	Dakwah dan Komunikasi	2025
19.	Arsy Alhanif	Ekonomi dan Bisnis	2022
20.	M. David	Ekonomi dan Bisnis	2022
21.	Fhatoni	Ekonomi dan Bisnis	2022

22.	Risa Rahmadila	Dakwah dan Komunikasi	2022
23.	Muhammad Syafiq	Ekonomi dan Bisnis	2023
24.	Eldira	Dakwah dan Komunikasi	2022
25.	Nurul Fauziah	Dakwah dan Komunikasi	2022
26.	Annisa Natasya Ismaita	Dakwah dan Komunikasi	2022
27.	Haura Lisa	Tarbiyah dan Keguruan	2025
28.	Laila Nadia	Tarbiyah dan Keguruan	2024
29.	Lia Fitri	Tarbiyah dan Keguruan	2023
30.	Hikmah Wan Pinte	Tarbiyah dan Keguruan	2024
31.	Aidil Fitriada	Adab dan Keguruan	2022
32.	Mawardah	Tarbiyah dan Keguruan	2022
33.	Imelda lestari	Tarbiyah dan Keguruan	2025
34.	Fathurrahman Alghozi	Ekonomi dan Bisnis	2022
35.	Khaira Niswah	Tarbiyah dan Keguruan	2024
36.	Mahira	Tarbiyah dan Keguruan	2022
37.	Fauzul Bardian	Tarbiyah dan Keguruan	2022
38.	M. Aji Wira Setyo	Ushuluddin dan Filsafat	2022
39.	Nur Balqis	Tarbiyah dan Keguruan	2022
40.	Muhammad Ikram	Tarbiyah dan Keguruan	2023
41.	Desi I	Ekonomi dan Bisnis	2022
42.	Nadiva Rizkita	Tarbiyah dan Keguruan	2025
43.	Siti Zulaikha	Tarbiyah dan Keguruan	2025

44.	Khairunnisa	Dakwah dan Komunikasi	2024
45.	Tawarni	Tarbiyah dan Keguruan	2022
46.	Dhiyadifa	Ekonomi dan Bisnis	2022
47.	Melva Santia	Tarbiyah dan Keguruan	2021
48.	Nayla Khairunnisa	Tarbiyah dan Keguruan	2025
49.	Putri Hadina Khumairah	Tarbiyah dan Keguruan	2023
50.	Nashfa Nuzulirrachma	Tarbiyah dan Keguruan	2022
51.	Maula Atika	Tarbiyah dan Keguruan	2022
52.	Ilfa Zahira	Tarbiyah dan Keguruan	2022
53.	Daramika	Tarbiyah dan Keguruan	2022
54.	Rasyidah Almardhiyah	Adab dan Humaniora	2022
55.	Mutiara Nabila	Ekonomi dan Bisnis	2022
56.	Fatma	Tarbiyah dan Keguruan	2023
57.	Nadiatul husna	Tarbiyah dan Keguruan	2022
58.	Suri Siska Zahra	Tarbiyah dan Keguruan	2023
59.	Latifah Hanum	Tarbiyah dan Keguruan	2022
60.	Syahril Ambia - R A	Ushuluddin dan Filsafat	2022
61.	Ulfa Rahmi	Tarbiyah dan Keguruan	2023
62.	Mar'atus Shaleha	Tarbiyah dan Keguruan	2022
63.	Haris Yumma Mulya	Ushuluddin dan Filsafat	2022
64.	Ruhmi Rahmidha	Tarbiyah dan Keguruan	2022
65.	Arif Fadhilah	Tarbiyah dan Keguruan	2021

66.	Sausan Aqila	Tarbiyah dan Keguruan	2025
67.	Humaira Muslim	Ekonomi dan Bisnis	2022
68.	Novi maida Yulianda	Ekonomi dan Bisnis	2021
69.	Ashwa	Ushuluddin dan Filsafat	2022
70.	Nailatun Munna	Ekonomi dan Bisnis	2021
71.	Aira Ananda	Adab dan Humaniora	2022
72.	Ami Farida	Ekonomi dan Bisnis	2020
73. .	Uswatun Hasanah	Ushuluddin dan Filsafat	2021
74.	Mutiara Maghfirah	Ekonomi dan Bisnis	2021
75.	Annabila Marfuanna	Ekonomi dan Bisnis	2023
76.	Jasmine Az-Zahra	Ekonomi dan Bisnis	2024
77.	Nurlisa Sari	Ekonomi dan Bisnis	2019
78.	Melysa	Ekonomi dan Bisnis	2022
79.	Cut Asma	Ushuluddin dan Filsafat	2021
80.	Depi Aulia Nurjannah	Dakwah dan Komunikasi	2022
81.	Siti Dara	Ushuluddin dan Filsafat	2022
82.	Cici Romanti Sitanggung	Tarbiyah dan Keguruan	2022
83.	Maya Magfirarrah	Tarbiyah dan Keguruan	2022
84.	Putri	Ushuluddin dan Filsafat	2023
85.	Amelia Safrina	Tarbiyah dan Keguruan	2023
86.	Lidiya Raviva	Tarbiyah dan Keguruan	2022
87.	Ukhwatun Nazla	Tarbiyah dan Keguruan	2022

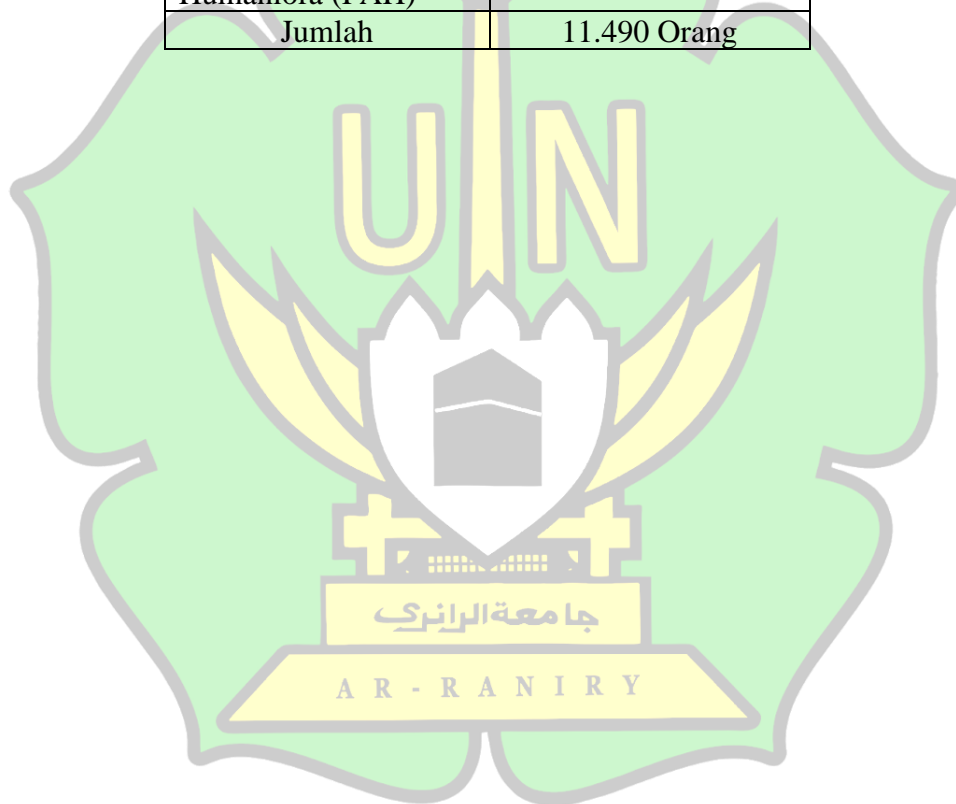
88.	Fanda Ulfa	Adab dan Humaniora	2022
89.	Halima Tusakdiah	Adab dan Humaniora	2024
90.	Mawaddaturahmah	Adab dan Humaniora	2021
91.	Wahni	Tarbiyah dan Keguruan	2023
92.	Putri Ana Tasya	Tarbiyah dan Keguruan	2022
93.	Dara Umni	Adab dan Humaniora	2023
94.	Siti Zarimah	Adab dan Humaniora	2022
95.	Mariska Nurhazizah	Adab dan Humaniora	2022
96.	Nashiha Yasina Slawat	Tarbiyah dan Keguruan	2022
97.	Suci Revania Indah	Tarbiyah dan Keguruan	2023
98.	Putri Syahla Syahira	Tarbiyah dan Keguruan	2024
99.	Intan Maiisura	Tarbiyah dan Keguruan	2024
100.	Amelia Amni	Tarbiyah dan Keguruan	2024



Lampiran 9 Jumlah Populasi

Jumlah Populasi Mahasiswa Dari 5 Fakultas di UIN Ar-Raniry

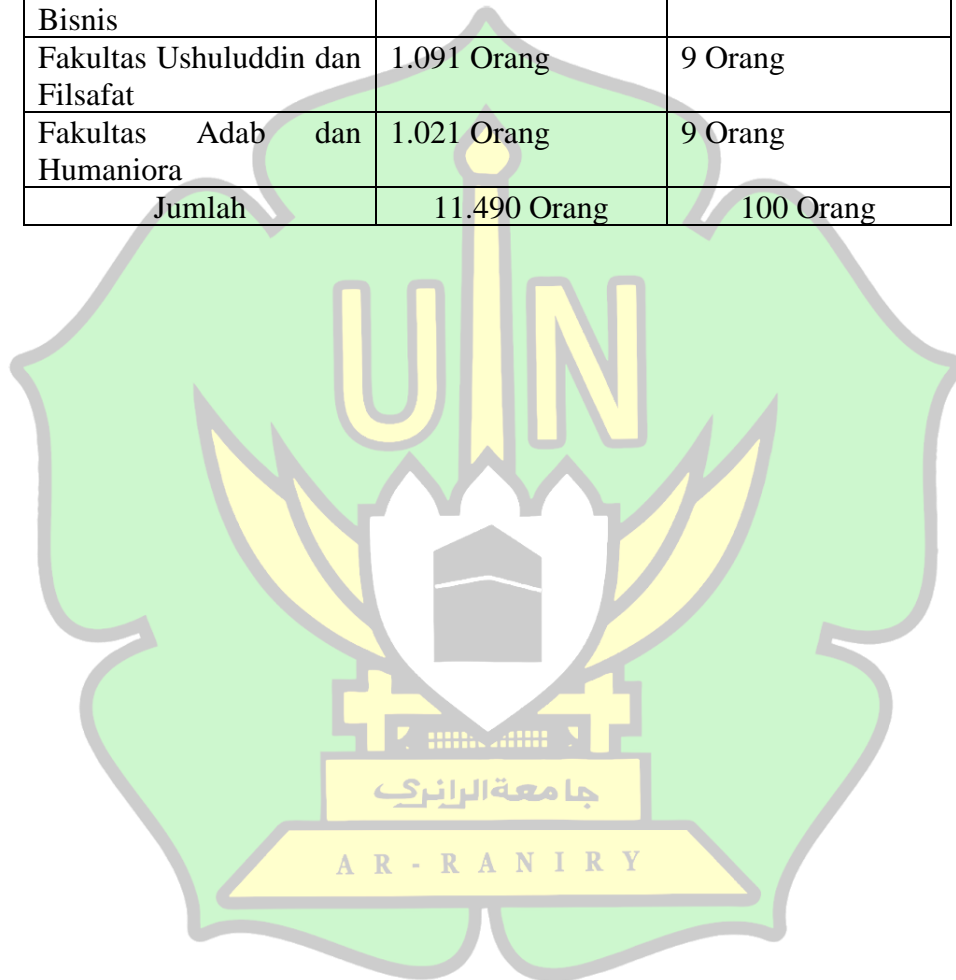
<b>Fakultas</b>	<b>Populasi</b>
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK)	5.464 Orang
Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)	1.221 Orang
Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI)	2.551 Orang
Fakultas Ushuluddin dan filsafat (FUF)	1.091 Orang
Fakultas Adab dan Humaniora (FAH)	1.021 Orang
Jumlah	11.490 Orang



Lampiran 10 Jumlah Sampel

Jumlah Sampel Mahasiswa Dari 5 Fakultas di UIN Ar-Raniry

Fakultas	Populasi	Sampel
Fakultas Dakwah dan Komunikasi	1.221 Orang	11 Orang
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	5.646 Orang	49 Orang
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	2.511 Orang	22 Orang
Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	1.091 Orang	9 Orang
Fakultas Adab dan Humaniora	1.021 Orang	9 Orang
Jumlah	11.490 Orang	100 Orang



Lampiran 11 Angket Penelitian

**Angket**

**Kepada Yth,**

**Saudara/Saudari**

**Di**

**Tempat**

Dengan hormat,

Saya yang tersebut dibawah ini :

Nama : Aulia Ramadhanti  
NIM : 220403004  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Universitas : Islam Negeri Ar-Raniry

Sedang melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Tren Fashion Terhadap Implementasi Nilai-Nilai Dakwah di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry”**

Penelitian ini adalah bagian dari proses pembuatan karya akhir atau skripsi yang hasil penelitiannya akan digunakan untuk tujuan akademis. Setiap jawaban yang Saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya. Saya mohon kesedian Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan selengkap-lengkapny dan sejujur-jujurnya berdasarkan pengalaman selama ini

Demikian, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Darussalam, ..... 2025  
Peneliti,

Aulia Ramadhanti

## Identitas Responden

Nama:

1. Jenis Kelamin  1. Laki-laki  
 2. Perempuan
2. Usia  1. 17-19 Tahun  
 2. 20-23 Tahun  
 3. 24-26 Tahun  
 4. Diatas 26 Tahun
3. Fakultas  1. Dakwah dan Komunikasi  
 2. Tarbiyah dan Keguruan  
 3. Adab dan Humaniora  
 4. Ushuluddin dan Filsafat  
 5. Ekonomi dan Bisnis
6. Program Studi : ..... (di isi sendiri)
7. Angkatan  1. 2019  
 2. 2020  
 3. 2022  
 4. 2023  
 5. 2024  
 6. 2025
8. Minat Fashion  1. Sangat Tidak Berminat  
 2. Tidak Berminat  
 3. Cukup Berminat  
 4. Berminat  
 5. Sangat Berminat

## DAFTAR PERTANYAAN

### **Petunjuk Pengisian:**

Bacalah semua pernyataan dengan teliti kemudian berilah tanda (√) pada salah satu jawaban dari pilihan yang paling sesuai dengan yang di alami.

### **Keterangan jawaban:**

1. STS (Sangat Tidak Setuju)

Berarti Saudara/i berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pernyataan tersebut sungguh-sungguh tidak benar dan tidak sesuai dengan arah pemikiran yang dirasakan.

2. TS (Tidak Setuju)

Berarti Saudara/i berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pernyataan tersebut lebih banyak tidak benarnya.

3. KS (Kurang Setuju)

Berarti Saudara/i berpendapat apa yang terkandung dalam pernyataan tersebut tidak berpihak atau sulit untuk menyatakan setuju.

3. S (Setuju)

Berarti Saudara/i berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pernyataan tersebut lebih banyak benar.

4. SS (Sangat Setuju)

Berarti Saudara/i berpendapat bahwa apa yang terkandung dalam pernyataan tersebut sungguh-sungguh benar dan sesuai dengan arah pemikiran yang dirasakan.

Peneliti,

Aulia Ramadhanti  
NIM. 220403004

## Pendapat Responden

### Tren Fashion (X)

No	Pernyataan	Alternative jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya sering mencari referensi gaya berbusana yang <b>mengikuti perkembangan model terbaru</b> melalui media sosial, toot, maupun rekomendasi teman.					
2	Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan pakaian yang sesuai dengan <b>gaya berdasarkan popularitas (viral/tren)</b> di kalangan mahasiswa.					
3	Dalam berbusana, saya menerapkan <b>penggunaan aksesoris perlengkapan</b> seperti tas, jam tangan, atau perhiasan agar gaya saya terlihat lebih menarik.					
4	<b>Gaya influencer atau figur publik</b> sering menjadi acuan saya dalam menentukan pilihan pakaian sehari-hari.					
5	Dalam memilih model busana, saya lebih menyukai pakaian yang mengutamakan <b>kenyaman dan estetika visual</b> dibandingkan sekedar mengikuti tren.					

### Implementasi Nilai-Nilai Dakwah (Y)

No	Pernyataan	Alternative jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	<b>Menutup aurat dengan sempurna selalu saya perhatikan ketika memilih pakaian untuk beraktivitas di lingkungan kampus.</b>					
2	Saya berusaha konsisten memakai busana yang termasuk kategori <b>tidak ketat dan tidak transparan (syar'i)</b> dalam berbagai aktivitas, baik di kampus maupun di luar.					
3	Saya memperhatikan agar riasan dan aksesoris yang saya gunakan tidak melampaui batas wajar sebagai bentuk upaya <b>menghindari tabarruj (berlebih-lebihan dalam berhias).</b>					
4	Saya berusaha menjaga <b>kesederhanaan (tawadhu)</b> dalam berbusana dengan memilih gaya yang tidak mencolok dan tetap sesuai syariat.					
5	Ketika menentukan gaya berpakaian, saya selalu mempertimbangkan apakah penampilan tersebut dapat <b>mencerminkan identitas muslim/muslimah</b> secara baik.					