BAB I
PENDAHULUAN

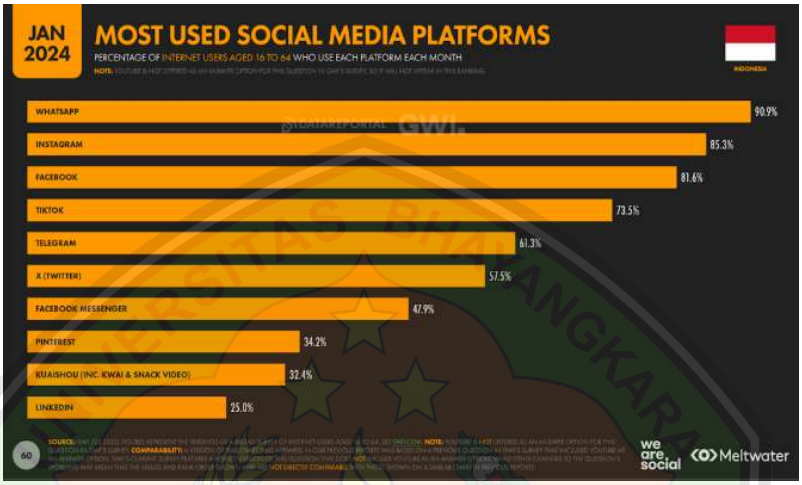
1.1 Latar Belakang

Fashion telah menjadi fenomena yang semakin populer dan meluas di media sosial, terutama di kalangan anak muda dalam beberapa tahun terakhir. *Fashion* merupakan suatu bagian penting yang tidak terpisahkan dalam gaya berpakaian dan penampilan sehari-hari. Pakaian dan aksesori yang digunakan tidak hanya sebagai penutup tubuh dan hiasan, tetapi juga sebagai sebuah alat komunikasi untuk menunjukkan identitas diri (Lestari, 2014). Saat ini, remaja merasa lebih dikenal jika memiliki gaya berpakaian yang khas dan unik. *Fashion*, yang terus berkembang, juga mengalami perubahan dalam motif, bentuk, dan bahan. Identitas seseorang sering kali tercermin dari pilihan busana mereka, karena kesan pertama biasanya didasarkan pada penampilan. Dengan gaya busana yang berbeda, seseorang dapat menyampaikan pesan tentang nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan mereka kepada orang lain, menjadikan *fashion* sebagai bentuk ekspresi diri dan sarana komunikasi (Trisnawati, 2011).

Seiring perkembangan teknologi dan informasi, berbagai media sekarang ini hadir untuk menyampaikan informasi dengan semakin beragam. Banyak kebutuhan manusia kini berbasis digital dan media sosial, baik dalam hal hiburan, informasi, maupun mencari keuntungan (Dyva Claretta et al., 2022). Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya internet, telah menciptakan akses yang mudah terhadap segala hal mengenai *fashion*, yang menjadi faktor utama dalam kemajuan *fashion* di era sekarang (Yasin, 2021). Media sosial merupakan *platform* yang berfokus pada keberadaan diri setiap penggunanya, di mana para pengguna dapat dengan mudah membagikan informasi atau mendapatkan informasi dari satu sama lain secara cepat dan sederhana. Saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, di mana banyak orang yang semakin bergantung pada teknologi dan menghabiskan banyak waktu untuk mengaksesnya (Suratnoaji et al., 2019 dalam Fernanda, 2023).

Pengaruh Penggunaan.., Jagaditha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

We are Social merilis daftar *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024. Persentase pengguna internet yang menggunakan masing-masing *platform* media sosial berdasarkan hasil survei dapat ditampilkan melalui gambar di bawah ini:



Gambar 1.1 *Platform* Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia 2024

Sumber: We Are Social

Berdasarkan laporan *We Are Social* Januari 2024, sebanyak 85,3% populasi di Indonesia menggunakan Instagram. Jumlah angka ini menunjukkan betapa populernya *platform* Instagram di kalangan masyarakat, menjadikannya sebagai salah satu media sosial teratas untuk berbagi konten. Dengan jumlah pengguna yang begitu besar, Instagram menjadi ruang bagi para penggunanya untuk berbagi ide, inspirasi, dan informasi, serta menjalin koneksi dengan satu sama lain dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk *fashion*.

Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang paling populer. Melalui Instagram, pengguna dapat mengakses berbagai konten *fashion* yang dibagikan oleh *influencer*. Konten yang diunggah mencakup gaya berpakaian, tips *fashion*, serta informasi terbaru mengenai tren *fashion*. Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya di berbagai *platform* media sosial (Salamoon, 2013). Secara umum, orang menggunakan Instagram untuk mengunggah foto atau

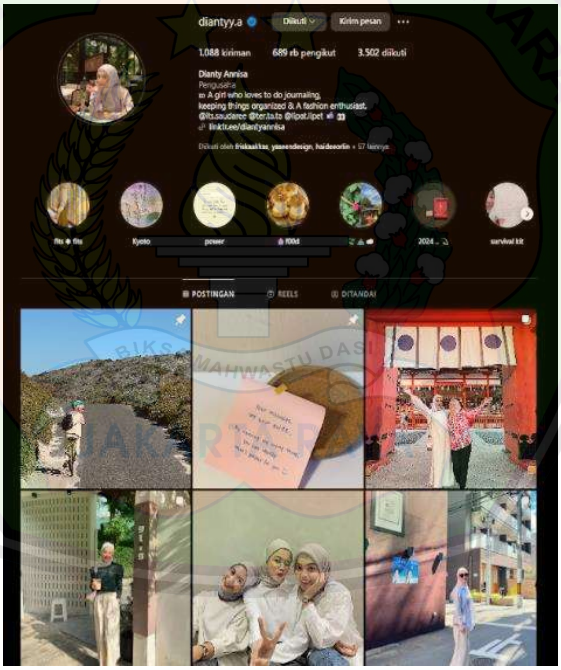
video. Kumpulan foto dan video ini dapat menjadi album kenangan yang bisa kita lihat kembali kapan saja.

Fashion influencer banyak memanfaatkan Instagram untuk menampilkan gaya mereka. Hal ini menjadikan *platform* tersebut bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Dikemukakan survei dari CNN Indonesia, Instagram menjadi media sosial utama yang mendorong penggunanya untuk membagikan aktivitas sehari-hari. Salah satu aktivitas yang sering diunggah adalah cara berpakaian yang dikenal dengan *Outfit of The Day* (*OOTD*). Istilah ini popular pada anak muda zaman sekarang untuk membagikan foto penampilan mereka di media sosial.

Keberadaan Instagram telah memberikan pengaruh besar pada cara berpakaian remaja. Perubahan ini dimulai dari konten dan postingan yang ada di *platform* tersebut. Fenomena ini dikenal sebagai *tren fashion*, di mana remaja mengubah atau bertransformasi dalam berbusana dengan mengikuti gaya yang sedang populer dalam waktu tertentu (Umboh, Mananeke & Samadi, 2018). Gaya berpakaian pun memiliki tujuannya tersendiri, khususnya sebagai contoh status sosial atau finansial agar dapat dipahami dimana-mana. Kemudian, pada saat itu para remaja akan terus mengambil jalur yang berbeda. Jika seseorang memiliki minat di bidang desain *fashion*, mereka akan terus mengikuti perkembangan model pakaian terbaru (Ummah & Siti Azizah Rahayu, 2020).

Seiring dengan berkembangnya *tren fashion* di kalangan remaja, ada seseorang yang memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan gaya berpakaian mereka. *Influencer* merupakan istilah yang digunakan pada individu yang memiliki banyak pengikut atau penggemar karena foto atau video yang mereka bagikan menarik perhatian dan banyak disukai (Sihombing, 2019). Trend *fashion* di media sosial semakin berkembang luas karena adanya peran aktif dari *fashion influencer* (Octavia & Nugroho, 2023). *Fashion influencer* adalah seseorang yang dikenal dengan perhatian banyak orang karena gaya berpakaiannya yang kreatif dan inovatif. Mereka memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi tren yang akan datang dan memperkenalkannya kepada publik lebih awal sebelum orang lain (Dila Putri Fatharani & Dian Widya Putri, 2023).

Fashion influencer memiliki kemampuan untuk menginspirasi dan pilihan gaya berpakaian pada pengikut mereka melalui konten yang mereka bagikan. Mereka menunjukkan preferensi gaya dan produk *fashionnya* melalui berbagai konten yang mereka sajikan. Sering kali, dari konten tersebut dapat menginspirasi pengikut yang ingin meniru atau terinspirasi oleh gaya yang dipamerkan. Kemampuan untuk menciptakan perpaduan pakaian yang menarik serta kemampuan untuk berinteraksi dengan audiens adalah hal yang penting terhadap pengembangan kepercayaan pengikut. *Influencer* sangat berperan penting dalam membangun kepercayaan pengikut. Pengikut lebih cenderung mengikuti *influencer* yang mereka anggap autentik dan memiliki wawasan tentang *fashion* (Hadi & Ritonga, 2023).



Gambar 1.2 Instagram *Fashion Influencer* Dianty Annisa

Sumber: Instagram @diantyy.a

Berdasarkan hasil observasi, Dianty Annisa dipilih sebagai objek penelitian dari sekian banyak *fashion influencer* karena ia merupakan seorang *fashion influencer* dengan 689 ribu pengikut di Instagram per tanggal 16 September 2024. Dari gambar di atas menunjukkan akun Instagram Dianty Annisa dengan username

@diantyy.a. Konten-konten yang diposting di akun tersebut sering mendapatkan banyak *likes* dan perhatian dari pengikutnya. Ia juga sering dijadikan sumber inspirasi gaya berpakaian dalam berbagai berita *fashion*. Bukti dapat dilihat dalam gambar di bawah ini:



Gambar 1.3 Berita Inspirasi *Fashion* Dianty Annisa

Sumber: Tribun Jogja.com



Gambar 1.4 Berita Ide *Styling* ala *Fashion* Dianty Annisa

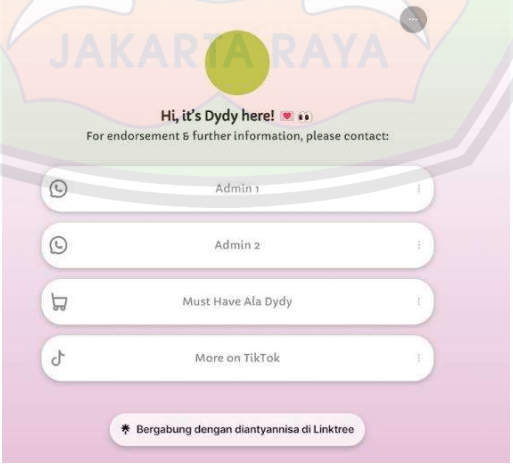
Sumber: IDN Times



Gambar 1.5 Berita Inspirasi *Outfit* Dianty Annisa

Sumber: Pikiran Rakyat

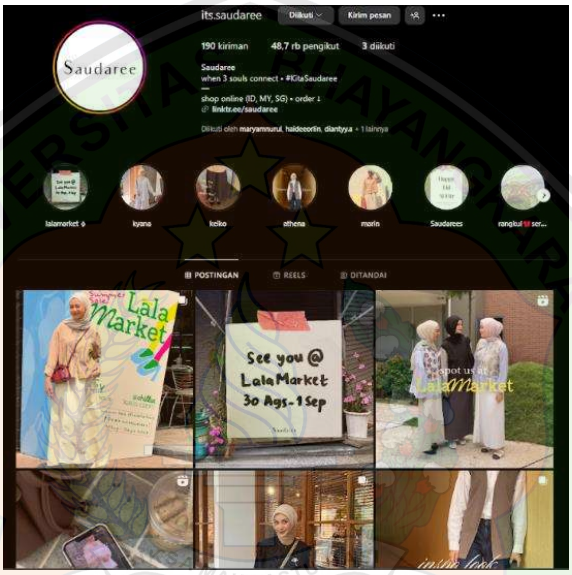
Gambar di atas merupakan bukti bahwa banyak media memberikan perhatian kepada Dianty Annisa dengan berita mengenai inspirasi *outfit*-nya. Media seperti Tribun Jogja, IDN Times, dan Pikiran Rakyat memberitakan Dianty sebagai sumber inspirasi *fashion*, menyoroti gaya berpakaian yang menarik dan kreatif yang ditampilkan. Berita-berita ini menunjukkan dampak positif yang dimiliki Dianty sebagai *fashion influencer* dalam mempengaruhi pilihan gaya berpakaian banyak orang.



Gambar 1.6 Kontak *Endorsement* Dianty Annisa

Sumber: Tautan di bio Instagram @diantyy.a

Selain itu, Dianty Annisa sering menerima *endorsement*. Hal ini terlihat dari tautan di bio Instagram-nya, seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas, di mana Dianty menyediakan nomor kontak WhatsApp untuk keperluan *endorsement* dan informasi lebih lanjut. Melalui tautan tersebut, calon mitra dapat menghubungi admin untuk menjalin kerja sama dengan Dianty, menunjukkan bahwa Dianty aktif dalam membangun hubungan dengan berbagai *brand* dan meningkatkan peluang kolaborasi di industri *fashion*.



Gambar 1.7 Akun Instagram *Brand Fashion Its Saudaree* Milik Dianty

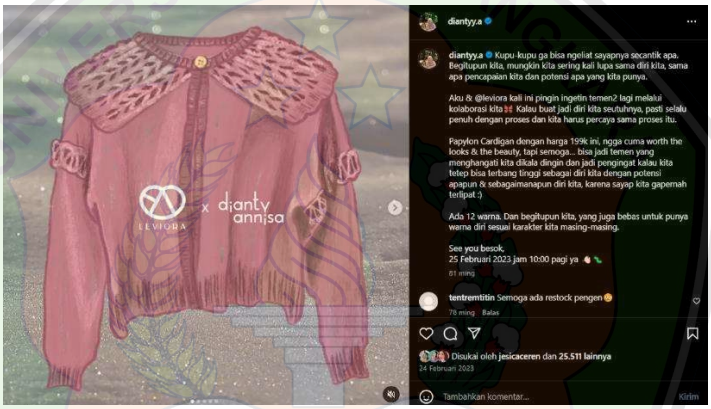
Sumber: Instagram @its.saudaree

Saat ini, Dianty Annisa telah memiliki *brand fashion* wanita bernama *Its Saudaree*. Dari gambar di atas, terlihat akun Instagram *brand* tersebut yang sering membagikan berbagai kiriman dan koleksi yang ditawarkannya. Dengan 48,7 ribu pengikut per tanggal 16 September 2024, *Its Saudaree* menyajikan berbagai produk *fashion* yang menarik dan relevan dengan tren saat ini. Akun ini juga aktif mempromosikan kehadirannya dalam *event* seperti *Lala Market*. *Lala Market* adalah bazaar diskon *fashion* yang menghadirkan berbagai merek *fashion* lokal berbasis online, di mana pelanggan dapat berinteraksi secara langsung.



Gambar 1.8 Kolaborasi Dianty Annisa x Shop At Blow

Sumber: Instagram @diantyy.a



Gambar 1.9 Kolaborasi Dianty Annisa x Leviora

Sumber: Instagram @diantyy.a



Gambar 1.10 Kolaborasi Dianty Annisa x Purukambera

Sumber: Instagram @purukambera

Selain itu, beberapa *brand* lokal telah berkolaborasi dengan Dianty Annisa. Dari gambar di atas, terlihat bahwa Dianty telah berkolaborasi dengan *brand* Shop At Blow, yang merupakan merek sepatu lokal Indonesia. Dalam kolaborasi ini, Dianty meluncurkan koleksi *heels* yang menarik. Dianty juga bekerja sama dengan *brand* Leviora, yang dikenal dengan pakaian lucu untuk perempuan, menciptakan *papillon* cardigan yang *stylish* dan sesuai dengan tren *fashion* saat ini. Selain itu, Dianty Annisa juga berkolaborasi dengan *brand* Purukambera untuk meluncurkan produk *scarf* kerudung, menunjukkan kemampuannya dalam menjalin hubungan yang baik dengan berbagai *brand* industri *fashion*.

Fenomena konten *fashion influencer* di media sosial tidak hanya sebatas menampilkan gaya berpakaian, tetapi juga berperan penting dalam membentuk dan mengubah preferensi *fashion* pengikutnya. Hal ini diperkuat melalui pra penelitian yang dilakukan peneliti bersama beberapa pengikut akun Instagram @diantyy.a pada September 2024. Berdasarkan hasil pra penelitian tersebut, terlihat bahwa konten *fashion influencer* ini berperan penting dalam membentuk dan mengubah preferensi gaya berpakaian mereka. Salah satu responden, Eka Yulia mengatakan bahwa:

> "Alasan aku mengikuti IG @diantyy.a karena aku suka banget cara berpakaiannya. Aku suka cara dia nyebarin energi positif buat *followersnya*, terus dia juga suka ngasih info tentang berpakaian atau *outfit of the day*".

Pernyataan ini menunjukkan bahwa Dianty tidak hanya memposting gambar, tetapi juga menciptakan pengalaman positif bagi pengikutnya. Energi positif yang disebarkan oleh Dianty dapat memberikan inspirasi pengikut untuk tampil percaya diri dan berani mengekspresikan diri melalui *fashion*.

Akila Devi Arisanti menambahkan bahwa pengaruh Dianty sangat besar dalam pilihan *fashionnya*:

> "Besar sekali! Karena bisa dibilang saya merasa memiliki *taste* yang sama dalam *fashion* yang digunakan Dianty Annisa, jadi saya bisa katakan bahwa hampir 100% gaya berpakaian saya sekarang sangat dipengaruhi oleh Dianty Annisa".

Melalui jawaban ini, Akila menunjukkan bahwa keberadaan *influencer* seperti Dianty tidak hanya memberikan inspirasi, tetapi juga membentuk identitas *fashion* pengikut. Ia merasa terhubung dengan gaya yang ditampilkan, yang mencerminkan kesamaan selera dan preferensi. Ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah oleh Dianty memiliki dampak yang besar dalam menentukan pilihan *fashion* sehari-hari Akila, serta mendorongnya untuk lebih berani bereksperimen dengan gaya berpakaian yang sesuai dengan kepribadiannya.

Hudhoifatun Noviva juga merasakan pengaruh yang kuat dari Dianty Annisa:

> "Kak Dydy ini adalah salah satu *influencer* yang inspiratif, terutama dalam bidang *fashion*. Personality-nya yang ceria dan *positive vibes* membuat aku sebagai *followers* merasa senang melihatnya. *Style* Kak Dydy yang suka memadupadankan palet warna pastel atau yang *colorful* membuat penampilan tidak monoton".

Dengan demikian, pra penelitian awal tentang pengaruh akun Instagram *fashion influencer* @diantyy.a menunjukkan bahwa konten yang diunggahnya tidak hanya sekadar menampilkan gaya berpakaian, tetapi juga memiliki dampak dalam membentuk dan mengubah preferensi *fashion* pengikutnya. Pengikut seperti Eka Yulia, Akila Devi Arisanti, dan Hudhoifatun Noviva mengungkapkan bahwa mereka merasa terinspirasi oleh gaya berpakaian Dianty dan merasakan keterhubungan yang kuat dengan penampilannya. Hal ini menunjukkan bahwa *influencer* seperti Dianty memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk identitas *fashion* pengikutnya dan mendorong mereka untuk berani mencoba berbagai gaya berpakaian yang mencerminkan kepribadian mereka.

Berdasarkan penelitian yang relevan, terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Primadina Wijayanti yang berjudul " Pengaruh *Fashion Influencer* di Media Sosial Terhadap Gaya Busana Muslim Anggota HijabersMom Community Pekanbaru". Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan fokus pada pengaruh antara *Fashion Influencer* di Media Sosial terhadap gaya busana Muslim Anggota HijabersMom Community Pekanbaru. Hasil penelitian tersebut menunjukkan

bahwa *Fashion Influencer* memiliki pengaruh terhadap gaya busana muslim anggota komunitas HijabersMom *Community* Pekanbaru.

Berdasarkan penelitian yang relevan tersebut, terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Penelitian tersebut, yang dilakukan oleh Primadina Wijayanti, berfokus pada bagaimana pengaruh *fashion influencer* di media sosial terhadap gaya busana Muslim anggota komunitas HijabersMom di Pekanbaru. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih berfokus pada bagaimana pengaruh akun Instagram *fashion influencer* @diantyy.a dalam membentuk gaya berpakaian pengikutnya. Judul penelitian ini memiliki kebaruan karena berfokus pada pengaruh spesifik dari satu *influencer* dan bagaimana konten yang dibagikannya dapat memengaruhi preferensi fashion dan identitas gaya berpakaian pengikut di era digital ini. Perbedaan juga dilihat dari objek penelitian yang berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan anggota komunitas HijabersMom di Pekanbaru, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan fokus pada pengikut akun Instagram *fashion influencer* @diantyy.a. Persamaan keduanya adalah sama-sama membahas mengenai pengaruh terhadap gaya berpakaian di media sosial.

Berdasarkan uraian di atas, maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh penggunaan akun Instagram *fashion influencer* @diantyy.a terhadap gaya berpakaian pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konten yang dibagikan oleh Dianty dapat mempengaruhi pilihan *fashion* dan identitas gaya berpakaian para pengikut dalam kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, akun Instagram @diantyy.a dipilih sebagai objek penelitian, mengingat perannya yang signifikan dalam mempengaruhi *tren fashion* di kalangan pengguna media sosial, khususnya di antara para pengikutnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, belum diketahui pengaruh penggunaan akun Instagram *fashion influencer* @diantyy.a terhadap pilihan gaya berpakaian pengikutnya. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian pada pengikut Instagram @diantyy.a yang berjudul **"Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram *Fashion Influencer* @diantyy.a terhadap Gaya Berpakaian Pengikut".**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang dapat diangkat adalah fenomena munculnya pengaruh media sosial, khususnya Instagram, dalam membentuk gaya berpakaian di kalangan pengguna. Media sosial menjadi p*latform* yang memfasilitasi penyebaran tren *fashion*, di mana konten-konten yang diunggah sering kali menjadi inspirasi bagi pengikut dalam menentukan gaya berpakaian mereka. Pengikut kemudian menilai dan memilih gaya berpakaian yang dianggap sesuai dengan preferensi pribadi mereka, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi perubahan gaya berpakaian penampilan mereka.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap gaya berpakaian pengikut @diantyy.a?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap gaya berpakaian pengikut @diantyy.a.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dalam konteks pengaruh media sosial dan peran *influencer* dalam membentuk gaya berpakaian di kalangan pengguna media sosial.
2. Sebagai referensi atau bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang relevan, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan berguna dalam memahami pengaruh *fashion influencer* terhadap gaya berpakaian pengikut di media sosial, khususnya pada *platform* Instagram.
2. Bagi pengikut akun Instagram @diantyy.a, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana konten yang disajikan *influencer* mempengaruhi pilihan *fashion* mereka, serta membantu mereka lebih memahami faktor-faktor yang membentuk preferensi gaya berpakaian mereka.
3. Bagi *influencer fashion*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak konten yang mereka unggah terhadap pengikutnya. Hal ini dapat membantu mereka dalam merancang strategi konten yang lebih efektif untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens serta mempengaruhi tren *fashion* secara positif.