BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era media siber saat ini, pertumbuhan media baru sangat pesat. Salah satunya adalah media baru yang kini banyak digunakan masyarakat adalah media sosial. Tiktok adalah salah satu media sosial yang sangat populer di masyarakat saat ini. Menurut laporan terbaru CNN Indonesia (2024), Indonesia menjadi pengguna terbanyak di dunia pada tahun 2024 dengan jumlah 157,6 juta pengguna. Tiktok memiliki banyak fitur menarik yang memungkinkan penggunanya mengunggah video kreatif dengan musik, efek, keterangan, dan caption. Tiktok menjadi media sosial yang sangat interaktif dan diminati oleh berbagai kalangan karena pengguna lain yang terhubung dengan akunnya dapat berinteraksi melalui tombol suka, komentar, atau bahkan dengan membuat video tanggapan yang dikenal dengan fitur duet atau *stitch*.

Media sosial merupakan platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna dan menawarkan kesempatan untuk berkolaborasi dan berpartisipasi dalam aktivitas (Masda, 2023). Savira dalam Octavia (2023) juga mengatakan media sosial adalah salah satu favorit pengguna untuk melakukan aktivitas dan mendapatkan informasi. Media sosial telah berkembang menjadi bagian dari kategori media baru dan sekarang tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi yang luas dan mudah diakses. Media sosial adalah salah satu inovasi teknologi yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat modern, karena pengguna dapat mencari berbagai informasi sesuai dengan minat dan kebutuhan pengguna, seperti berita terbaru, tren *fashion*, tutorial, dan konten pendidikan.

Salah satu platform yang digunakan untuk mencari informasi tentang tren *fashion* adalah TikTok (Masda, 2024). Tiktok, yang didirikan pada September 2016 oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, semakin populer di seluruh dunia. Di Indonesia, TikTok adalah salah satu platform media sosial yang paling populer. Karena kepopulerannya di Indonesia, platform ini banyak berperan dalam

Influencer TikTok.., Johannes Reinaldi Turnip, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

kehidupan masyarakat Indonesia. Tidak hanya sekadar untuk bersenang-senang, Tiktok memungkinkan untuk berbagi budaya keren dan cara penggunanya menjalani hidup. Tiktok merupakan platform yang sangat efektif untuk mempromosikan *fashion* bagi masyarakat. TikTok memiliki algoritma tren *fashion* yang menyebar dengan cepat, dan banyak pengguna yang terinspirasi oleh konten *fashion* di FYP Tiktok (Endarwati, 2021).

Tren *fashion* di media sosial telah berkembang pesat karena dukungan *fashion influencer*. Mahanani dalam Syafa'ati (2023) saalah satu kebutuhan utama manusia adalah pakaian yang terdiri dari tiga kebutuhan primer: sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal). Dan selanjutnya Agustian dalam Rahmawati (2023) mengatakan, selain sebagai kebutuhan utama, benda-benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. Tiktok memainkan peran penting dalam menghubungkan berbagai tren *fashion* dan memungkinkan masyarakat untuk mengeksplorasi dan berbagi berbagai gaya, salah satunya adalah *street style fashion*. Tren *fashion* juga memiliki fungsi untuk menunjukkan status sosial atau ekonomi, yang dapat menunjukkan popularitas (Masda, 2024). Masyarakat saat ini akan merasa dikenal jika mereka memiliki gaya busana sendiri dan sangat mempunyai ciri khas, yang sering ditunjukkan oleh pakaian yang selalu mereka kenakan. *Fashion* pasti mengalami perubahan dalam hal motif, bentuk, dan bahan yang digunakan untuk membuatnya. *Fashion* dapat membentuk identitas karena penilaian pertama sering didasarkan pada penampilan atau kondisi luar seseorang; oleh karena itu, cara seseorang menampilkan *fashion* mereka dapat membantu mereka menilai orang lain seperti apa dari tampilan luar mereka.

Fashion Street Style merupakan sebuah kiblat *fashion* yang tidak bergantung pada tren berbusana yang dimana mode ini hadir sebagai media ekspresi bagi individu, dan mereka bebas bergaya senyaman mungkin. Selain itu, *fashion* terus berubah, menjadi bagian dari budaya yang dimiliki individu dan meningkatkan rasa percaya diri karena berpenampilan menarik dan indah. Agustian dalam Rahmawati (2023) mengatakan, pakaian bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari

itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. Gaya pakaian yang khas, yang mencerminkan kepribadian dan identitas seseorang dalam masyarakat modern cenderung membuat mereka merasa lebih percaya diri dan dikenal. Gaya pakaian ini seringkali dibentuk melalui gaya berpakaian yang konsisten dan menjadi bagian dari ekspresi diri sehari-hari. Dengan berkembangnya dunia *fashion* dari waktu ke waktu, berbagai elemen seperti motif, bentuk, dan bahan yang digunakan untuk membuat pakaian mengalami perubahan, yang meningkatkan pilihan dan kreativitas individu dalam mengekspresikan diri. Sudarso dalam Masda (2023) mengatakan bahwa *fashion* juga dapat digunakan untuk menunjukkan nilai sosial dan status, karena melalui media *fashion* orang dapat menentukan kelompok sosial mana dan siapa anda.

Banyak pengguna tiktok menciptakan istilah adanya selebriti tiktok atau seleb tiktok dan atau yang lebih dikenal sebagai *influencer.* Sihombing dalam Octavia (2023) *Influencer* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memiliki banyak penggemar atau pengikut karena foto atau video yang mereka bagikan menarik dan disukai. Media sosial sebagai sarana dalam menciptakan tren *fashion* adalah ketika seseorang *influencer* memaparkan informasi tentang tren *fashion* berpakaian yang ia gunakan, dan yang kemudian secara alami diikuti oleh pengikutnya dan menyebarkan tren *fashion* tersebut. Casalo dalam Kloer (2023) Influencer media sosial, terutama yang ada di Tiktok, sangat memengaruhi preferensi konsumen dan tren *fashion*.



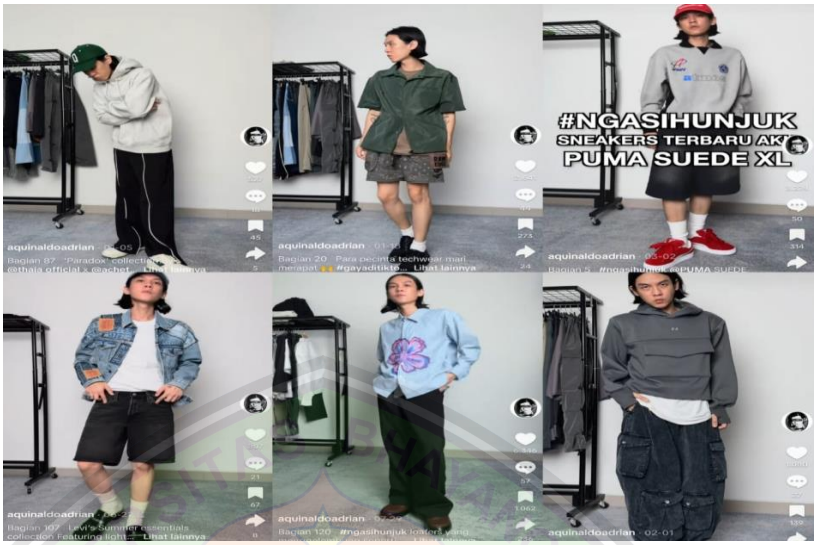
Gambar 1. 1 Akun Tiktok Aquinaldoadrian
(Sumber : Akun Tiktok Aquinaldoadrian, 2024)

Aquinaldo Adrian, yang akrab disapa Quin merupakan seorang *influencer* di beberapa platform media sosial, salah satunya yaitu Tiktok. Quin lahir di kota Jakarta, pada tahun 1990, juga pernah berkuliah di London *School of Public Relations* dan sudah lama berprofesi sebagai *Fashion Blogger*, Model, Selebgram, Youtuber dan beberapa tahun kemarin telah berkecimpung di media sosial Tiktok pada tahun 2020 dengan jumlah mengikuti 271, pengikut 126 ribu , dan memiliki jumlah suka sebanyak 2 juta. Aquinaldo Adrian atau Quin pernah viral di sosial media karena kemiripannya dengan G – Dragon (GD) seorang *rapper* yang berasal dari Korea Selatan. Quin juga disebut – sebut oleh netizen sebagai G – Dragonnya Indonesia karena kemiripan wajah dan *style* berpakainnya. Gaya berpakaian Quin mencerminkan kepribadiannya dan menginspirasi banyak penggemarnya. Ia sering menciptakan tren yang berani dan inovatif dengan menggabungkan elemen *fashion* lokal dan internasional.

Aquinaldo Adrian atau Quin sebagai *fashion influencer* selalu memberi tips pengikutnya tentang fashion street style yang di paparkan. *Fashion street style* berasal dari budaya jalanan dan biasanya mencerminkan ekspresi individual, spontanitas, dan kreativitas penggunanya. Quin selalu menanggapi komentar tentang pakaiannya saat berinteraksi dengan pengikutnya. Pengikut Quin di Tiktok sangat antusias dengan pakaian yang ia kenakan. Sebagai *fashion influencer*, Quin memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengikutnya sehingga mereka selalu ingin memiliki atau menggunakan pakaian atau pakaian yang ia kenakan. Seorang *fashion influencer* selalu menarik perhatian pengikutnya dengan pakaiannya. Jadi, tiktok berfungsi sebagai media interaksi untuk menciptakan berbagai tren *fashion* yang diminati oleh setiap individu.

Folkvord dalam Rahmawati (2023) Mengatakan bahwa *influencer* di definisikan sebagai seorang figur yang populer dan dikenal melalui media sosial serta memiliki karakteristik utama yaitu dengan kemampuan memberikan pengaruh pada pengikutnya. Maka jika dilihat konten - konten oleh Aquinaldo Adrian, atau dikenal sebagai Quin, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tren dan gaya berpakaian. Melalui video kreatifnya di TikTok dengan daftar putar *Review & Styling* menggunakan *hastag* #NGASIHUNJUK, Quin tidak hanya menampilkan

berbagai gaya pakaian yang menarik, tetapi juga memberikan inspirasi tentang cara menggabungkan elemen *fashion* dari budaya lokal dan internasional.



Gambar 1. 2 Konten Tiktok Aquinaldoadrian
(Sumber : Akun Tiktok Aquinaldoadrian, 2024)

Pengalamannya sebagai model memberinya pemahaman yang kuat tentang *fashion*, gaya, dan cara berpakaian yang menarik. Ia memiliki kemampuan untuk menghadirkan gaya yang tidak hanya modis tetapi juga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Juga kemampuan Quin untuk menjelaskan dan menampilkan berbagai gaya berpakaian melalui video membuatnya semakin dekat dengan penontonnya. Ia tidak hanya membahas cara berpakaian, tetapi juga memberikan tips dan trik yang dapat diterapkan oleh siapa saja. Dengan latar belakangnya sebagai model, Quin berhasil menggabungkan estetika *fashion* dengan kebutuhan masyarakat lokal, membuat kontennya relevan dan mendorong pengikutnya untuk mencoba gaya *fashion*nya sendiri.

Peran pengikut dari akun Tiktok @Aquinaldoadrian sebagai audiens yang menerima informasi atau ide, maka peneliti menggunakan teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers. Menjelaskan bagaimana, mengapa, dan seberapa besar masyarakat mengadopsi ide atau inovasi baru. Teori ini digunakan untuk memahami bagaimana inovasi menyebar dalam berbagai konteks, seperti teknologi, *fashion*, dan perilaku sosial.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dan membahas mengenai preferensi *fashion Street Style* yang di adopsi dan di inovasikan oleh pengikutnya melalui akun TikTok @Aquinaldoadrian. Oleh karena itu penulis tertarik mengangkat judul **"*INFLUENCER* TIKTOK AQUINALDOADRIAN SEBAGAI PREFERENSI *FASHION STREET STYLE* (DIFUSI INOVASI PENGIKUT AKUN TIKTOK @AQUINALDOADRIAN)"**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas fokus penelitian ini adalah berfokus pada proses difusi inovasi *fashion street style* terjadi pada pengikut akun tiktok @Aquinaldoadrian.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana proses difusi inovasi *fashion street style* terjadi pada pengikut akun tiktok @Aquinaldoadrian?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui proses difusi inovasi *fashion street style* pada pengikut akun tiktok @Aquinaldoadrian.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bisa memberikan wawasan tentang bagaiamana Masyarakat menggali inspirasi *fashion* dari TikTok dan bagaimana hal ini memengaruhi pemahaman Masyarakat tentang perkembangan *fashion.*

1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap bisa memberikan wawasan mengenai bagaimana masyarakat dapat menggunakan media sosial seperti TikTok sebagai sumber inspirasi *fashion* yang relevan dan sesuai dengan tren lokal maupun internasional. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara Tiktok melalui akun Tiktok

@Aquinaldiadrian, inspirasi *fashion street style* dan preferensi *fashion* serta memperkaya kajian penelitian dalam bidang ini.