

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sebuah proses di mana seseorang menyampaikan *Message* kepada orang lain untuk saling berhubungan secara lisan atau melalui media sosial. Beberapa situs media sosial telah diperkenalkan dan menjadi populer di seluruh dunia.¹ Jenis media sosial ada banyak, salah satunya adalah aplikasi Instagram. Aplikasi Instagram adalah bentuk komunikasi relatif baru, di mana penggunaannya bisa sangat mudah dalam membagikan informasi yang berbentuk foto bahkan video yang dapat dikatakan dengan istilah *update*.²

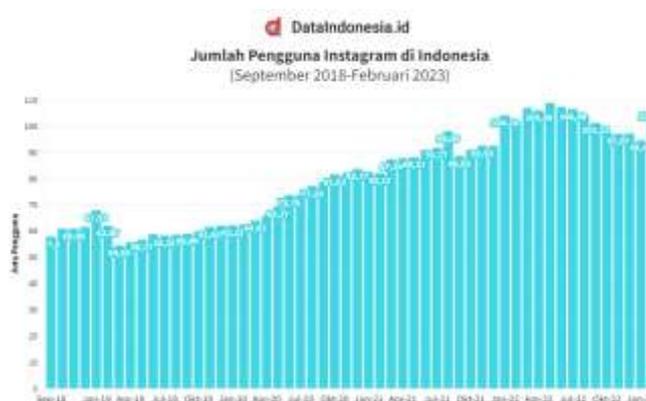
Instagram menjadi salah satu media yang populer di Indonesia. Ini terlihat dari jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang mencapai ratusan juta orang. Berdasarkan data *Napoleon Cat*, ada 106,72 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Februari 2023. Jumlah tersebut meningkat 12,9% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 94,54 juta pengguna. Jika dibandingkan setahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 4,9%.³ Pada Februari 2022, jumlah pengguna Instagram di dalam negeri tercatat sebanyak 101,76 juta pengguna, seperti yang dipaparkan dalam gambar berikut:

¹ Lisnawita, Lucky Lhaura FC Van, dan Musfawati, "Pengaruh Media Sosial (Instagram) Terhadap Lifestyle dan Prestasi Akademik". *JUPI* 5, no. 1 (June 2020): 1–8.

² Rifqi Agiyanto and Dkk, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja," *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 7, no. 2 (Desember 2020): 132.

³ Monavia Ayu Rizaty, "Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta Hingga Februari 2023," March 30, 2023, <https://dataindonesia.id>.

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia September 2018 - Februari 2023



Saat ini, media sosial Instagram sudah menyatu dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, karena hampir di setiap aktivitas masyarakat diabadikan dan dipublikasikan ke dalam Instagram. Salah satu aktivitas yang biasa diabadikan masyarakat adalah cara berpakaian mereka yang saat ini sering disebut dengan istilah *Outfit of The Day* (OOTD).⁴ Istilah ini merupakan istilah baru yang digunakan sebagai suatu tindakan di mana para pengguna Instagram mengabadikan cara berpakaian mereka ke media sosial, fashion, atau cara berpakaian yang merupakan suatu penunjang penampilan yang erat kaitannya dengan keindahan atau estetika.

Selain itu, fashion juga dapat mencerminkan kepribadian seseorang, identitas pribadi, kelompok, ataupun budaya-nya. Dapat dikatakan pula bahwa fashion sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang kemudian berkembang dan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya atau *style* setiap orang.

⁴ Annisa Azlina, Dini Salmiyah Fithrah, dan Tri Lestari, "Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka)," *Jurnal: E-Proceeding of Management.*, 2, 2 (Agustus 2015): 2230.

Biasanya *trend* fashion tercipta karena adanya pengaruh dari tokoh yang diidolakan, iklan, tayangan televisi, dan film dengan fashion artistik yang menarik, internet dan majalah yang memiliki rubrik fashion. Instagram memiliki dampak dalam berbagai aspek. Salah satu bagian yang berdampak adalah fashion yang sedang berkembang. Oleh sebab itu Instagram banyak digemari para remaja untuk mencari informasi gaya fashion.⁵

Kebanyakan dari mereka akan cenderung mengikuti *trend* fashion yang sedang berlangsung di kalangan masyarakat, khususnya kalangan remaja terutama bagi seorang mahasiswa. Apalagi gaya fashion mahasiswa bermacam-macam, umumnya mahasiswa menggunakan berbagai model pakaian unik, yang mana dalam hal tersebut cukup menarik perhatian mahasiswa lainnya. Banyak model fashion mahasiswa mulai dari *style* anak rumahan, anak kost, serta mahasiswa santri di Pondok Pesantren.

Berkembangnya dunia fashion di dalam media sosial, banyak *influencer* yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menyalurkan berbagai ide *mix and match* OOTD, link toko fashion, dan lainnya secara *online*. Maka dari itu, selain menjadi salah satu media yang efektif karena jangkauan dan informasi mengenai industri fashion mengalir dengan cepat, Instagram juga dikenal sebagai media sosial yang dipenuhi dengan gambar estetik dan modern.

Peneliti menemukan akun Instagram yang menghadirkan banyak konten tentang fashion, yaitu akun @inikiranaaa__. Akun tersebut

⁵ Robert H Lauer, *Perspektif Tentang Perubahan Sosial* (Jakarta: PT. Rhineka Cipta, 1993).

menghadirkan banyak sekali tutorial-tutorial mengenai fashion mulai dari *outfit* keseharian, lebaran, ultah, kondangan, bahkan *mix and match* fashion. Sesekali tertera contoh dalam mencocokkan warna sesuai OOTD yang pas untuk acara-acara tertentu, baik berupa foto maupun videonya dikemas dengan sangat simpel dan menarik.

Foto yang di-*upload* dalam akun @inikiranaaa__ juga sudah tertera link keranjang kuning *olshop*, sehingga *followers* yang mencari atau ingin membeli pakaian atau aksesoris yang sama bisa dengan mudah menjangkau alamat toko (gambar keranjang) yang tersedia dalam Instagram @inikiranaaa__ tersebut. Dalam akun tersebut juga terdapat banyak kesesuaian dengan fashion santri, di mana pemilik akun @inikiranaaa__ yang bernama Kirana Salsabila itu berhijab dan fashion yang ditampilkan pada halaman Instagramnya bertemakan muslimah mulai dari biasa, hits, dan modern.

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri. Santri di Pondok Pesantren Al-Fath nantinya jelas berkaitan dengan peran sebuah media sosial yaitu Instagram yang menjadi sarana komunikasi, serta bahan untuk penikmatnya terhadap trend fashion *Outfit of The Day* (OOTD) muslimah. Berdasarkan hasil riset yang peneliti lakukan bahwa santri Pondok Pesantren Al-Fath banyak yang mengikuti akun-akun influencer fashion, dengan tujuan sebagai bentuk penyaringan ide dalam mencocokkan pakaian atau berfashion. Salah satu akun yang banyak diikuti oleh santri Pondok Pesantren Al-Fath adalah akun Instagram @inikiranaaa__.

Dari hasil riset yang telah dilakukan oleh peneliti, akun @inikiranaaa__ sangat disukai oleh santri karena model fashion yang ditampilkan begitu kekinian, simpel, dan mudah ditiru bahkan dijangkau, apalagi untuk seorang santri yang menyukai pakaian simpel tapi *matching* dan *elegant*. Dalam foto dan video yang ditampilkan sangat bagus, karena visual dalam penyampaian sangat *update*, singkat, dan dalam satu video saja sudah berisikan banyak mode.

Sehingga dalam unggahannya mudah untuk ditiru, bahkan *caption* yang ditulis mengenai *review* mulai bahan, ukuran, serta link yang ditujukan ditampilkan dengan unik, pas, dan singkat. Seperti yang dikatakan oleh salah satu santri Pondok Pesantren Al-Fath yang bernama Betty, yang mengatakan bahwa:

“Setiap mau ada kegiatan, entah itu ke kampus ataupun di luar area Pondok, saya sering merasa tidak percaya diri dan malu ketika melihat teman-teman yang lain bisa mencocokkan pakaian yang bagus. Karena menurut saya pakaian yang biasa saya gunakan kurang bagus. Saya selalu membuka Instagram dan mengunjungi akun @inikiranaaa__ untuk melihat beberapa referensi dalam mencocokkan OOTD yang akan saya pakai untuk aktivitas sehari-hari dan ketika ada kegiatan penting lainnya, dengan begitu saya dengan mudah bisa *mix and match* pakaian saya”.

Berdasarkan pemaparan tersebut, akun Instagram @inikiranaaa__ memiliki posisi yang tidak bisa dikesampingkan dalam memberikan referensi *Outfit of The Day* (OOTD) bagi santri Pondok Pesantren Al-Fath. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian apakah akun Instagram @inikiranaaa__ memberikan pengaruh atau tidak, dan jika berpengaruh seberapa besar pengaruh yang diberikan terhadap trend fashion OOTD muslimah di Pondok Pesantren Al-Fath.

B. Rumusan Masalah

Untuk menghindari kesalahan saat melakukan penelitian, maka peneliti akan membatasi ruang lingkup pembahasan yang akan diteliti. Sehingga peneliti memfokuskan pembahasan pada:

1. Adakah pengaruh akun Instagram @Inikiranaaa__ terhadap trend fashion *Outfit of The Day* (OOTD) muslimah di Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri?
2. Seberapa besar pengaruh akun Instagram @Inikiranaaa__ terhadap trend fashion *Outfit of The Day* (OOTD) muslimah di Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa ada pengaruh atau tidak antara akun Instagram @inikiranaaa__ terhadap trend fashion *Outfit of The Day* (OOTD) muslimah di Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun Instagram @inikiranaaa__ terhadap trend fashion *Outfit of The Day* (OOTD) muslimah di Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Isi dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan suatu wacana juga referensi ilmiah di kalangan akademisi, memberikan manfaat, serta mampu menjadi referensi penelitian dalam ilmu komunikasi khususnya teori yang berhubungan dengan pengaruh media sosial terhadap trend fashion di masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Dalam pelaksanaannya, melalui penelitian ini sangat diharapkan bisa bermanfaat dan bisa digunakan sebagai contoh, gambaran, serta bahan referensi mengenai keterkaitan media dengan dunia fashion dalam kehidupan sosial, budaya, dan agama. Serta diharapkan dapat memajukan pemikiran untuk peningkatan kualitas atau kompetensi santri Al-Fath dalam memafaatkan media dengan baik juga mengenal atau mempraktikkan berbagai model trend fashion yang berkembang.

E. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi pada seberapa besar pengaruh media sosial. Penggunaan media sosial hanya pada media sosial Instagram, karena dalam Instagram sendiri sudah menyediakan berbagai filter digital yang dapat dinikmati pengguna serta dibagikan kepada publik. Sedangkan akun yang diambil sebagai objek dalam penelitian ini adalah akun @inikiranaa__.

F. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti memaparkan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta kesinambungan dengan penelitian saat ini. Dari adanya penelitian terdahulu ini, peneliti dapat mengevaluasi dan memperoleh berbagai macam karya ilmiah berupa artikel jurnal dan tesis sebagai perbandingan atau rujukan dalam melaksanakan penelitian. Selain itu, diharapkan dapat menghindari adanya anggapan mengenai kesamaan dalam penelitian ini. Sehingga referensi penelitian terdahulu yang nantinya digunakan peneliti pada penelitian dipaparkan sebagai berikut:

1. Artikel jurnal “Pengaruh Akun Instagram Fashion Influencer @jenaharanasution Terhadap Gaya Busana Muslim Mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang”. oleh Fima Aunia, dkk.⁶

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberi pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh fashion influencer pada akun @jenaharanasution terhadap gaya busana muslim bagi mahasiswa jurnalistik di UIN Raden Fatah Palembang. Seperti apa gaya busana muslim jurnalis UIN Raden Fatah Palembang? Pendekatan kuantitatif digunakan untuk penelitian yang dipadukan dengan teknik analisis regresi. Sampel dari penelitian ini adalah 31 responden yang terdiri dari mahasiswa aktif di Program Studi jurnalistik di UIN Raden Fatah Palembang. Sampel diambil berdasarkan teknik *purposive sampling*, metode pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Analisis data,

⁶ Fima Aunia dkk, “Pengaruh Instagram Fashion Influencer Terhadap Gaya Busana Muslim Mahasiswi Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang,” *Tabayyun*, 3, no. 2 (June 2022).

menghitung frekuensi dan persentase alternatif jawaban serta menarik kesimpulan dengan melihat jawaban kuesioner oleh responden. Penelitian ini menghasilkan adanya pengaruh akun fashion influencer @jenaharansution terhadap gaya busana muslim mahasiswi Program Studi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang. Persamaannya menggunakan metode penelitian kuantitatif, subjek media Instagram serta gaya fashion muslimah. Perbedaannya pada subjek yang diteliti yakni Mahasiswi Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang.

2. Artikel jurnal “Peran Akun Instagram @Hijab.Ootdstyle Sebagai Media Referensi Fashion *Style Outfit of The Day* Remaja Putri”, oleh Veninda Martha Ayu Putri dan Nur Maghfirah Aesthetika.⁷

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Instagram @hijab.ootdstyle sebagai media referensi *Outfit of The Day* (OOTD) bagi remaja putri. Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan peran akun Instagram @hijab.ootdstyle sebagai media referensi *Outfit of The Day* (OOTD) bagi remaja putri memiliki pengaruh dalam perubahan gaya berpakaian. Persamaannya membahas mengenai peran Instagram dan fashion style OOTD, Perbedaannya pada metode yang digunakan, akun Instagram @hijab.ootdstyle serta subjek yang diteliti yakni remaja putri.

⁷ Vaninda Martha and Nur Maghfira, “Peran Akun Instagram @Hijab.Ootdstyle Sebagai Media Referensi Fashion Style *Outfit of The Day* Remaja Putri,” *Jurnal Aesthetika*. 2, no. 3 Mei 2023.

3. Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial Terhadap Pengetahuan Syiar Islam dan Fashion Hijab Pada Followers Muslimah oleh Dea Lestari.⁸

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh akun Instagram @hijaberscommunityofficial terhadap syiar Islam dan fashion hijab pada pengikut muslimah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial Melawan Ilmu Syiar Islam dan Fashion Hijab Pada Follower Muslimah mempunyai pengaruh yang sangat besar. Hal ini terlihat berdasarkan pada bagian heel “*Model Summary*” menunjukkan bahwa nilai $R = 0,783$, dan koefisien determinasi (R square) adalah sebesar 0,613. Angka ini menunjukkan hal itu pengaruh akun Instagram @hijaberscommunityofficial terhadap syiar Islam dan fashion hijab di Instagram @hijaberscommunityofficial sangat besar. Persamaannya membahas mengenai peran Instagram, fashion muslimah, dan metode yang digunakan. Perbedaannya pada akun Instagram @hijaberscommunityofficial serta subjek yang diteliti yakni *followers* muslimah.

4. Pengaruh Gaya Hidup dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram oleh Nurul Arsita dan Vicky F Sanjaya.⁹

⁸ Dea Lestari, “Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial Terhadap Pengetahuan Syiar Islam dan Fashion Hijab Pada Followers Muslimah,” *JOM FISIP*, 2, 5 (July 2018): 15.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup dan trend fashion terhadap keputusan pembelian online pada media sosial Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan kuisioner. Berdasarkan hasil pengolahan data telah ditemukan jawaban hipotesis dengan kesimpulan sebagai berikut; gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan trend fashion berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaannya membahas mengenai peran Instagram, trend fashion, dan metode yang digunakan. Perbedaannya pada fokus penelitian yakni pembelian produk.

5. Artikel jurnal “Pengaruh Visualisasi Foto OOTD (*Outfit of The Day*) Selebgram Sebagai Strategi Promosi Produk Fashion Terhadap Persepsi Wanita”, oleh Ekariana Fitriana Irawan dan Asep Ramdhan.¹⁰ Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana bentuk visual dari foto OOTD (*Outfit of The Day*) seorang selebriti berpengaruh pada efektivitas penciptaan mental image dari konsumen perempuan digunakan sebagian dalam strategi pemasaran online produk *fashion*. Metode analisis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif. Pengumpulan datanya memakai kajian dokumenter, observasi serta kuesioner online, dan hasilnya disajikan secara deskriptif

⁹ Nurul Arsita dan Vicky F Sanjaya, “Pengaruh Gaya Hidup dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram.,” *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*. 7, no. 2 (2021): 129.

¹⁰ Ekariana Fitriana, Irawan, and Asep Ramadhan, “Pengaruh Visualisasi Foto OOTD (*Outfit of The Day*) Selebgram Sebagai Strategi Promosi Produk Fashion Terhadap Persepsi Wanita,” *Idea: Jurnal Desain* 17, no. 2 (Oktober 2018).

menggunakan teori media sosial oleh Rulli Nasrullah dan teori *male gaze* oleh John Berger. Perkembangan siber pada Instagram sebagai wujud eksistensi individu untuk menciptakan citra pada dirinya, hadirnya unsur *Male Gaze* serta unsur budaya penggemar sebagai realitas sosial di dunia maya dinilai cukup mampu untuk mempengaruhi persepsi konsumen perempuan dari strategi promosi pada produk fashion di era 4.0 ini. Persamaannya pada penggunaan media Instagram dan OOTD. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada metode penelitiannya, objek strategi promosi, dan subjek penelitian yakni persepsi wanita.

Berdasarkan paparan penelitian terdahulu di atas, riset mengenai pengaruh media sosial Instagram terhadap trend fashion *Outfit of the Day* (OOTD) pada generasi muda dapat dikatakan masih belum ada. Peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti tentang pengaruh pada akun Instagram @inikiranaaa__ terhadap perubahan gaya OOTD yang merupakan perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan datanya melalui penyebaran kuesioner dengan subjek penelitian: mahasiswa santri di Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah konsep sebagai panduan implementasi untuk mengukur variabel. Terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas: akun

Instagram @inikiranaaa__, sedangkan variabel terikat: Trend Fashion OOTD Muslimah di Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kediri.

1. Variabel Akun instagram @inikiranaaa__ (Variabel X)

a. Definisi Operasional

Peneliti meneliti satu variabel bebas yakni akun Instagram @inikiranaaa__. Rosengren (1974) mengatakan bahwa penggunaan akun media terdiri dari seberapa waktu yang dihabiskan di saluran media yang berbeda, jenis konten media, dan pengkonsumsian media secara keseluruhan.

b. Indikator Operasional

Indikator operasional yang mempengaruhi media:

- 1) Frekuensi: Pengukur intensitas dalam menggunakan media selama periode waktu tertentu.
- 2) Durasi: Menggunakan media dengan menghitung seberapa lama audiens terhubung pada media.

2. Variabel Trend Fashion OOTD Muslimah (Variabel Y)

a. Definisi Operasional

Mengenai “Trend Fashion OOTD Muslimah” akan menggiring kita pada pembahasan tentang gaya berpakaian sehari-hari yang telah berubah, apakah disebabkan oleh postingan pada akun Instagram @inikiranaaa__ atau bukan. Dalam penelitian ini, trend fashion OOTD muslimah yang dimaksud adalah perilaku yang dipraktekkan dalam merubah penampilan kesehariannya dengan gaya kekinian atau *trending*.

Outfit of The Day (OOTD) mempunyai arti di mana individu masyarakat menunjukkan *style* atau gaya berpakaian dengan variasi aksesoris, dari pakaian yang digunakan hari ini, saat acara tertentu, maupun kesehariannya. Sekarang ini, terdapat banyak referensi OOTD yang bisa diikuti oleh semua kalangan masyarakat mulai dari *style* klasik, kasual, sampai *glamor style*.

b. Indikator Operasional

Adapun indikator trend fashion OOTD muslimah adalah sebagai berikut:

- 1) Meniru gaya OOTD muslimah yang diposting dalam akun Instagram @inikiranaaa__
- 2) Mengikuti referensi terbaru *style* dan aksesoris dari postingan @inikiranaaa__
- 3) Mengikuti secara terus menerus review dari akun Instagram @inikiranaaa__.