

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masuknya teknologi di tengah-tengah kehidupan masyarakat mendorong masyarakat yang dulunya dikenal sebagai masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern. Masyarakat modern adalah masyarakat yang sebagian besar warganya mempunyai orientasi nilai budaya yang terarah ke kehidupan dalam peradaban masa kini.¹ Dapat dikatakan masyarakat modern merupakan masyarakat yang selalu berusaha mencari sesuatu yang berkenaan dengan perkembangan – perkembangan yang dapat dilakukan untuk menjadikan kehidupan kedepannya yang lebih baik dari sebelumnya. Masyarakat modern sangat menjunjung tinggi adanya teknologi, mereka menjadikan teknologi sebagai kebudayaan baru mereka, segala sesuatu di kehidupan akan sangat dipengaruhi oleh teknologi.

Dalam dunia internet tentunya banyak hal yang disediakan tentang berbagai macam informasi bagi penggunanya. Salah satunya adalah informasi tentang dunia *fashion* serta periklanannya. Informasi mengenai perkembangan *fashion* sangat banyak dinanti oleh kaum-kaum perempuan khususnya para remaja dan Mahasiswa. Model-model pakaian yang menurut mereka lebih baru dan berkelas menjadi salah satu kiblat *fashion* mereka. Penampilan serba baru yang tersaji di internet lebih menekankan pada penilaian kecantikan

¹ George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern* (Yogyakarta: Prenada Media Group, 1998) 85 .

dengan indikator barang-barang bermerek, mereka lebih merasa memiliki status sosial yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan demikian kaum-kaum tersebut lebih mengutamakan pada nilai tanda dalam sebuah barang yang dibelinya tanpa melihat kegunaan barang tersebut sebenarnya.

Dewasa ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat pesat guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia. Tak terkecuali perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menghasilkan berbagai macam produk - produknya guna memenuhi kebutuhan manusia dalam aspek informasi dan komunikasi. Produk teknologi informasi dan komunikasi ini pun memicu terciptanya jenis-jenis media baru dalam perkembangannya. Salah satu jenis media baru yang kehadirannya menjadi sangat fenomenal di belahan dunia saat ini adalah media sosial. Menjadi fenomenal sebab hadirnya media sosial membuat perubahan tatanan segala aspek hidup manusia. Media sosial pun berperan pada hadirnya fenomena-fenomena baru yang melanda masyarakat saat ini. Salah satu yang menarik berkat hadirnya media sosial ini adalah fenomena berkembangnya *fashion* busana di Indonesia akhir-akhir ini. Tidak hanya di Indonesia saja fenomena ini pun sudah meluas hingga penjuru dunia. Para wanita muslim di seluruh penjuru dunia pun dihadapkan dengan fenomena *fashion* busana ini.

Fashion merupakan ragam cara atau bentuk terbaru pada model pakaian, potongan rambut, hiasan dan sebagainya dalam kurun waktu tertentu. *Fashion* dapat berubah dengan cepat dan biasanya akan kembali lagi dengan model yang sama di tahun-tahun berikutnya. *Fashion* yang disimbolkan

dengan model pakaian atau *accessories* yang dipercaya dapat mencerminkan siapa dan bagaimana karakter penggunanya. Pakaian merupakan perlambang jiwa yang tak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia.² *Fashion* dipercaya sebagai salah satu bagian dari ranah sosial yang membawa pesan serta gaya hidup komunitas tertentu yang merupakan bagian dari sebuah kehidupan masyarakatnya. *Fashion* yang telah dipilih oleh seseorang untuk dikenakan akan menjadi identitas yang bisa menunjukkan bagaimana seseorang tersebut memilih dan menjalani sebuah gaya hidup yang dilakukan. Seseorang yang sangat *fashionable* secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya sebagai seseorang yang selalu mengikuti perkembangan jaman dan hidup dengan gaya modern. Gaya hidup akhirnya membantu menentukan sikap dan nilai serta dapat menunjukkan status sosial penggunanya. *Fashion* yang merupakan salah satu bagian dari kebudayaan, mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam masyarakat karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah media sosial. Media sosial memiliki peran penting dalam merubah gaya hidup melalui tayangan-tayangan yang didalamnya terdapat unsur *fashion* atau gaya berpakaian. Salah satu yang sedang banyak digemari masyarakat khususnya kaum hawa adalah model berpakaian.

Hadirnya para ikon *fashion* busana melalui media sosial saat ini telah banyak merubah tatanan berpakaian yang dahulu dipandang kuno menjadi sebuah *fashion* berbusana dan hijab yang modern dan *stylist*. Mengapa

²Himayati Fahriah, Sri Eko Puji Rahayu, Dan Nurul Aini, “*Studi Tentang Pemanfaatan Media Internet Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang*”, Jurnal Teknologi Industri Boga dan Busana, Vol. 03 No. 01 (Agustus,2012) 19

demikian? Sebab para ikon *fashion* hijab sebagai *opinion leader*³ baru ini menyebarkan informasi seputar kreatifitasnya dalam memadu padankan gaya berbusana melalui media sosial. Adanya fenomena perubahan *fashion* busana ini, tidak sedikit wanita muslim terutama di Indonesia yang kemudian tertarik untuk mengenakan tatanan busana sesuai dengan ikon kegemarannya. Lantas melihat hal ini, *fashion* busana muslimah saat ini telah menjadi sebuah fenomena besar di kalangan wanita muslim di dunia. Banyak orang yang menggunakan media sosial untuk ide berbusananya, untuk mencari inspirasi dan untuk mencari *trend* terbaru. *Fashion stylist* papan atas mempertunjukan gaya mereka dengan menggunakan koleksi pakaian bermerk yang eksklusif pada Instagram, Twitter, Pinteres dan Facebook. Sehingga para penyuka *fashion* bisa tetap *up to date* dengan postingan ikon kegemarannya di media sosial. Perkembangan *fashion* busana dan cara pemakaiannya saat ini, tentu saja menggembirakan para muslimah di Indonesia. Hal ini memberikan dampak positif bukan saja pada gairah berpakaian mengikuti *trend*, tapi juga kreativitas para muslimah. Munculnya berbagai model pakaian ini memang menambah variasi berpakaian para muslimah. Meski demikian, bukan berarti muslimah harus selalu mengikuti *trend* tersebut dengan turut bergonta-ganti model pakaian dan hijab.

Pengaruh media sosial dalam akun-akun *fashion* nya, dijadikan sebagai referensi yang dikhususkan untuk perempuan yang berisi tata cara berbusana muslim yang menginspirasi kaum wanita dalam tampil *stylish* dan modern

³ *Opinion Leader* atau pemimpin opini adalah individu yang memimpin dalam mempengaruhi pendapat orang lain tentang suatu inovasi.

dengan baju muslim. Tampilan foto model dan *public figure* dengan gaya dan pakaian yang mengikuti perkembangan zaman, keserasian antar warna, model, corak dan aksesoris menjadi daya tarik tersendiri bagi perempuan. Secara kasat mata kita melihat para *public figure* yang menjadi *trendsenter* perkembangan ini, menjadi pemicu utama kegairahan untuk berbusana muslim, berjilbab dan terlihat fashionable. Selain itu, perubahan wajah muslimah berjilbab yang menjadi lebih dinamis saat ini, juga lebih dipengaruhi oleh gaya personal beberapa *hijabers* dalam akun media sosial yang akhirnya menjadi sumber inspirasi banyak muslimah dalam berbusana muslim. Merembahnya model pakaian yang semacam ini tidak lepas dari peran periklanan media sosial yang menonjolkan hiperrealitas didalamnya untuk membentuk budaya baru dan prestise tersendiri. Adanya unsur hiperrealitas di dalam informasi yang mereka konsumsi, dari situlah mereka pasti terpesona dan tidak akan lepas dari jaringan budaya populer dengan mengedepankan prestise-prestise nilai simbol dan tanda suatu komoditi yang mereka gunakan. Menurut mereka *fashion* juga tidak selesai hanya sekedar mengenakan pakaian karena kebutuhan fisik saja melainkan kebutuhan prestise juga sangat berpengaruh dalam penelitian *fashion* mereka.

Perkembangan *fashion* ini nampaknya juga telah diikuti oleh Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri. Pada umumnya Mahasiswi ini adalah kelompok wanita muda muslimah yang tidak mau ketinggalan zaman dengan selalu mengikuti perkembangan *fashion*, namun tidak siap meninggalkan busana muslimah yang harus menutup aurat sebagai

identitas islamnya. Perkembangan *fashion* yang semakin hari semakin berkembang pesat telah banyak mengubah dan mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih dan memakai busana. Bagi sebagian besar mereka berpenampilan menarik, cantik dan mempesona adalah hal yang terpenting, walaupun dengan tidak sengaja mereka telah menampakan lekuk tubuhnya. Budaya semacam ini semakin marak di era modern saat ini terutama dikalangan remaja dan Mahasiswa.

Melihat fenomena model pakaian Mahasiswi di lingkungan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, yang saat ini sudah mulai berubah mengikuti *trend fashion* yang sedang booming dan berganti-ganti model tanpa melihat dan memilah-milah antara *fashion* yang masih sesuai dengan kriteria syar'i atau tidak memenuhi aturan dalam islam lagi. Berdasarkan pengamatan di lapangan, peneliti melihat beberapa Mahasiswa yang menggunakan busana yang syar'i dan ada juga Mahasiswi dengan model berpakaian yang menggunakan baju tertutup namun lekuk tubuhnya masih nampak dan transparan. Institut Agama Islam Negeri Kediri adalah salah satu kampus yang mengharuskan semua Mahasiswinya berjilbab, inilah yang memicu perkembangan model busana muslimah dan jilbab itu sendiri dikalangan kampus, dengan banyaknya Mahasiwi yang sebelum masuk di kampus ini tidak mengenakan busana muslim dan jilbab akan tetapi sekarang mereka mengenakan busana muslim dan jilbab dalam kesehariannya di Kampus karena sudah menjadi aturan, maka dari itulah mereka berlomba-lomba mengenakan busana muslim dan jilbab yang lagi *trend* saat ini dengan gaya

yang *up to date*. Dengan model berpakaian yang terlihat modis dan *trend*, maka mereka akan merasa percaya diri bila mengenakannya. Seiring dengan pesatnya perkembangan model pakaian ini, dijadikan sebagai gaya hidup bagi para remaja dan Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah memiliki beberapa program studi yaitu Psikologi Islam, Sosiologi Agama, Komunikasi Penyiaran Islam, Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Ilmu Hadist, Tasawuf dan Psikoterapi, dan Studi Agama-agama, dari tujuh program studi tersebut terdapat beberapa karakter berpakaian yang berbeda dan ciri khas tersendiri dari berbagai individu. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri memiliki model berpakaian yang beragam, model berpakaian tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang ada di sekitarnya. Selain lingkungan sekitar dan keluarganya, *trend* di sosial media juga mempunyai pengaruh yang besar terhadap model berpakaian Mahasiswa. Saat ini Mahasiswa memiliki gaya yang sangat beragam, gaya tersebut menunjukkan identitas akan dirinya. Model berpakaian yang marak di sosial media tersebut telah mempengaruhi Mahasiswa, sehingga mereka bergaya seperti apa yang dilihatnya.

Model berpakaian Mahasiswi di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah sendiri lebih beragam. Ada juga Mahasiswi yang tidak begitu mengikuti *trend* dan masih mengenakan pakaian menurut kode etik kampus, seperti pakakian yang menutup aurat, tidak transparan, dan tidak ketat serta memakai sepatu bukan sandal. Peneliti melakukan pengamatan terhadap Mahasiswi Fakultas

Ushuluddin dan terlihat bahwasannya banyak Mahasiswi yang menggunakan model berpakaian muslimah yang sedang *trend* di media sosial saat ini.

Penggunaan busana muslimah yang tidak sesuai dengan kaidah ajaran agama islam juga ada. Mahasiswi yang mengenakan busana tidak sesuai dengan kaidah ajaran islam inilah sebagaimana wujud dari dampak negatif yang ditimbulkan oleh perkembangan *trend* busana muslim di Indonesia. Perubahan itu terjadi seiring berjalannya waktu. Banyak perubahan yang telah terjadi dalam masa remaja berkenaan dengan masalah *trend fashion* dan mode, sering kali orang merasa tidak percaya diri karena berpenampilan kurang menarik. Sehingga banyak sekali orang yang mengikuti *trend fashion* dan mode untuk meningkatkan rasa percaya dirinya, hal ini dipengaruhi oleh psikologi seorang yang merasa percaya diri apabila ditunjang dengan penampilan yang menarik.⁴

Biasanya pada awal masuk kuliah bagi seorang Mahasiswa merupakan sebuah masa-masa transisi, yaitu dimana perubahan dari masa sekolah ke kuliah perlu dilakukan penyusuaian diri. Biasanya disekolah memakai pakaian seragam, sekarang memakai pakaian bebas tetapi tetap menjaga kesopanan dalam berpakaian. Ketika masa sekolah, setiap hari memiliki seragamnya masing-masing, dari sini setiap siswa diwajibkan menggunakan pakaian yang sama sesuai dengan waktunya, dan dari sini pula tidak timbul kesenjangan. Jika duduk dibangku perkuliahan, Mahasiswa harus memikirkan baju apa yang akan di kenakan, apalagi khususnya Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan

⁴Observasi dikampus Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, 2 September 2019.

Dakwah IAIN Kediri yang berbasis agama islam harus memikirkan dengan benar baju apa yang pantas untuk melakukan aktivitas perkuliahan di kampus IAIN Kediri. Dan terkadang tidak sedikit dari mereka merasa minder jika melihat teman-teman lainnya memakai baju yang bermerek sedangkan dirinya tidak.

Gaya hidup seseorang juga akan berbeda saat mereka berada di tempat yang berbeda pula. Sehingga, yang dimaksudkan disini adalah tempat atau suatu lokasi akan memengaruhi ekspresi diri dan gaya hidup seseorang saat berada di tempat tersebut misalkan saja dilingkungan kampus. Pentingnya dilakukan penelitian yaitu belakangan ini melihat gaya hidup Mahasiswa yang banyak diluar batas kewajaran baik ditinjau dari segi akhlak, etika bergaul maupun cara berpakaianya sudah sangat banyak dipengaruhi oleh budaya-budaya barat, tanpa mempertimbangkan dan melakukan filter yang matang terhadap perkembangan budaya, sehingga sebagian besar Mahasiswa menelan secara mentah budaya baru yang dianggap *ngetrend* ataupun gaul adalah salah satu istilah anak remaja sekarang. Tetapi tidak dapat dipungkiri Mahasiswa sekarang sangat menggandrungi model-model pakaian yang ada di media sosial seperti instagram, twitter, pinteres, facebook, dan toko-toko *online shop* lainnya.

Pemaparan yang terurai di atas untuk konteks kampus menjadi sangat menarik untuk dikaji. Kampus menjadi ruang sosial multi-identitas dalam pandangan modernitas dimana pergulatan dan perebutan makna terjadi untuk merebut dominasi atas busana. Kampus yang terdiri dari berbagai Mahasiswa

yang berbeda suku maupun budaya juga tidak lepas dari perbedaan gaya hidup mereka. Salah satunya adalah mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri yang terdiri dari berbagai program studi yang memiliki ciri *fashion* yang beragam.

Penelitian ini berfokus pada pemilihan model pakaian dikalangan Mahasiswi karena sebagai simbol atau gaya modern masa kini. Peneliti juga ingin melihat para Mahasiswi tersebut memaknai dan mengkonstruksi dirinya dari segi *fashion* atau model pakaian yang dikenakannya. Penulis akan menganalisis penelitian ini melalui teori konstruksi sosial Peter L. Berger, dimana sebuah realitas yang ada itu terbentuk secara sosial. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat penting kerana adanya observasi diatas, yang menjadikan peneliti tertarik untuk membuat skripsi yang berjudul **“Kontruksi Media Sosial Terhadap Pemilihan Model Pakaian Pada Mahasiswi Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah IAIN Kediri”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana model pakaian Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri saat ini?
2. Brand apa saja yang diminati mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri ?
3. Bagaimana Konstruksi Media Sosial terhadap Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri dalam memilih model pakaian?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana model pakaian Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri saat ini
2. Untuk mengetahui Brand apa saja yang diminati Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri
3. Untuk mengetahui bagaimana Konstruksi Media Sosial terhadap Mahasiswi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri dalam memilih model pakaian

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Bagi peneliti sendiri sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana media sosial berperan sebagai pemilihan model pakaian di kalangan mahasiswa dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu di bidang pendidikan busana, khususnya mengenai trend berbusana.
 - b. Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan serta sebagai media pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang studi Sosiologi Agama.
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan referensi para pembaca khususnya Mahasiswa program studi Sosiologi Agama.

2. Secara Praktisi

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan untuk Prodi Sosiologi Agama dalam memberikan arahan kepada mahasisawanya sehingga mahasiswa dapat mengembangkan ilmunya.
- b. Bagi peneliti sendiri diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai cara mengamalkan ilmu pada waktu kuliah.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan mengangkat tema yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda.

E. Telaah Pustaka

- 1). Penelitian yang dilakukan oleh Chalifa Nur Febriana dengan judul “Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian”, dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 25 No. 1 Agustus 2015 (Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang) membahas tentang dampak pengaruh iklan di televisi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek dan keputusan pembelian, hal tersebut berarti kesadaran merek dapat membantu terciptanya keputusan pembelian. Semakin baik merek dikenal oleh konsumen, maka semakin besar potensi merek tersebut dipilih oleh konsumen.
- 2). Penelitian yang dilakukan oleh Retno Hendariningrum dengan judul “Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi” dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 6 No. 2 Mei – Agustus 2008 (Jurusan Ilmu Komunikasi

FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta) membahas tentang bagaimana media berperan besar dalam mengkonstruksikan mengenai khalayak dapat tampil cantik atau tampan, memikat, masa kini dan becitra sukses. Jurnalisme gaya hidup menjadi sebuah pilihan bagi banyak organisasi media.

- 3). Penelitian yang dilakukan oleh Prijna dengan judul “Internet dan Gaya Fashion Mahasiswa” dalam Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 3 No. 2, Desember 2015 (Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Padjadjaran) membahas tentang perilaku shopping online dengan hadirnya internet kampus dan mengkaji efek mengkonsumsi informasi yang dikaitkan dengan orientasi tindakan simboliknya.
- 4). Penelitian yang dilakukan oleh Elsa Puji Juwita dkk, dengan judul “Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung” dalam Jurnal Sosieta Vol. 5 No. 1, April 2016 (Doden Prodi Pendidikan Sosiologi) membahas tentang penggunaan media sosial berdampak pada gaya hidup remaja di Kota Bandung. Adanya media sosial memberikan dampak baik positif maupun negative bagi penggunanya. Dampak positifnya bagi mereka tidak merasa bosan dan ketinggalan informasi, sedangkan dampak negatinya munculnya sikap individualis, perilaku konsumtif dan lain-lain.

Persamaan, dalam keempat tinjauan pustaka diatas mempunyai persamaan dengan penelitian saya, yaitu membahas tentang bagaimana pemilihan suatu barang yang diminati yang menjadi patokan dan gaya baru yang bersumber pada periklanan dilingkungan dan media sosial.

Perbedaan, dari keempat tinjauan pustaka tersebut terdapat perbedaan dengan penelitian ini, yaitu membahas tentang bagaimana media sosial berperan besar dalam mengkonstruksi pemilihan model pakaian yang menjadi trend mahasiswa. Selain itu terdapat perbedaan puladari segi subjek, lokasi, dan waktu penelitian dibandingkan pengkajian sebelumnya.