

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi yang semakin pesat memberikan berbagai bentuk kemajuan hidup manusia terutama dalam hal kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Seperti yang dapat kita rasakan saat ini, teknologi yang semakin canggih memberikan banyak sekali manfaat bagi kehidupan manusia yang semakin kompleks. Teknologi nampaknya akan terus berkembang seiring dengan perkembangan gaya hidup manusia.

Salah satu dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu internet. Internet dari awal kemunculannya memberikan berbagai akses kemudahan bagi setiap orang utamanya dalam hal mengelola dan memperoleh informasi juga berkomunikasi. Salah satu sarana untuk mengakses internet yaitu bisa melalui *smartphone*.

Teknologi bukan lagi kebutuhan tersier, melainkan telah menjadi kebutuhan primer bagi setiap orang yang menginginkan alat komunikasi yang efektif dengan munculnya *smartphone* sebagai contoh perkembangan teknologi yang juga menyediakan media sosial dengan layanan yang mudah diakses yang memungkinkan manusia menjadi lebih efektif dan efisien dalam berkomunikasi.¹

¹ Nani Apriliani Fajrin, Skripsi: “*Media Sosial Instagram dan Perubahan Gaya Berbusana Mahasiswa*” (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2018), h. 1-5

Di masa sekarang, manusia nampaknya sangat membutuhkan *smartphone* dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Alat canggih ini mempermudah kegiatan manusia seperti melakukan pekerjaan, berkomunikasi jarak jauh, mendapatkan informasi, berbelanja *online* dan yang paling menonjol saat ini, *smartphone* lebih sering digunakan untuk mengabadikan momen-momen kegiatan sehari-hari yang kemudian disebar melalui berbagai aplikasi yang tersedia di media sosial.

Nasrullah mengklaim bahwa media sosial berfungsi sebagai fasilitator bagi komunitas dengan memungkinkan pengguna untuk memperkenalkan diri, terlibat dalam interaksi kelompok, menjalin hubungan *online*, dan berkolaborasi serta berbagi satu sama lain.² Berbagai situs media sosial telah banyak diperkenalkan di masyarakat luas dan populer diseluruh dunia sehingga penggunaannya akan semakin terus bertambah seiring berjalannya waktu. Instagram, Twitter, YouTube, Facebook, WhatsApp, TikTok, dan *platform* media sosial lainnya adalah beberapa yang paling banyak diunduh dan digunakan oleh orang-orang di berbagai wilayah di dunia. Terdapat pula fitur-fitur yang disediakan di berbagai media sosial tersebut yang nampaknya dibuat sedemikian rupa agar menarik minat masyarakat untuk terus menggunakannya.

Media sosial memang menjadi salah satu faktor terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat serta perkembangan budaya yang menyentuh nilai-nilai serta norma yang ada. Media sosial dengan berbagai macam fiturnya saat ini nampaknya menjadikan para penggunanya menjadi semakin kreatif dalam menunjukkan eksistensi diri mereka.

² Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, Jurnal Artikel.

Bagi pengguna media sosial, *trend fashion* menjadi semacam kreativitas yang cukup menonjol saat ini. *Trend fashion* ini berdampak pada orang dewasa maupun remaja. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, istilah "*trend*" adalah bentuk kata benda yang mengacu pada berbagai cara atau bentuk paling populer pada periode tertentu, termasuk pakaian, potongan rambut, serta mengenakan jilbab. *Fashion* telah berkembang menjadi komponen penting dari selera gaya seseorang, *trend* saat ini, dan tampilan keseharian seseorang. *Fashion* mengacu pada *mode* berumur pendek, yang mungkin mencakup bahasa, perilaku, atau hobi seseorang terhadap jenis pakaian tertentu.

Dari pembahasan *trend* dan *fashion* sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *trend fashion* adalah bentuk gaya berbusana *modern*, *on-trend*, dan sejalan dengan perkembangan zaman. Selain pakaian dan aksesoris, gaya hidup seseorang tersebut juga dapat diekspresikan melalui pilihan riasan dan potongan rambut, termasuk hijab.

Trend fashion ini diperkenalkan oleh para pengguna media sosial melalui berbagai fitur yang disediakan seperti *reels*, *feeds*, *story*, dan lain sebagainya yang memang tersedia di beberapa jenis media sosial. Instagram adalah *platform* media sosial tempat *trend fashion* ini sering ditampilkan. Bahkan, pengguna media sosial memanfaatkan *platform* tersebut untuk menghadirkan versi terbaik dari diri mereka sendiri dengan rasa percaya diri. Bahkan saat ini nampaknya *trend fashion* membuat para pengikutnya memiliki suatu identitas yang diberikan kepada mereka sesuai dengan bagaimana cara atau gaya mereka dalam berbusana. Contohnya, sebutan '*cewek* atau *cowok kue*' merupakan identitas panggilan untuk para

perempuan atau laki-laki yang sering menunjukkan diri mereka dengan pakaian yang berwarna-warni, ada pula 'cewek atau cowok mamba' yang merupakan sebutan untuk perempuan atau laki-laki yang menyukai gaya berpakaian serba hitam atau gelap, dan ada pula 'cewek atau cowok bumi' yang merupakan sebutan untuk perempuan atau laki-laki yang lebih menyukai gaya berpakaian dengan warna coklat atau putih.

Bentuk *trend fashion* ini selain memberikan identitas kepribadian untuk mereka, nampaknya juga berpengaruh pada bagaimana orang lain beranggapan tentang orang tersebut, seperti 'cowok atau cewek kue' biasanya dilihat sebagai sosok yang kekanak-kanakan dan ceria, untuk 'cewek atau cowok mamba' biasanya dilihat sebagai sosok yang keren, dingin dan berambisi, sedangkan untuk 'cewek atau cowok yang berpakaian dengan style bumi' biasanya dilihat sebagai sosok yang lembut, pecinta lingkungan dan ramah.

Trend fashion yang muncul ini juga kerap kali di pengaruhi oleh para penggunanya yang memang banyak memiliki *followers* atau pengikut di media sosial mereka. Kebutuhan pengguna media sosial untuk mengikuti *trend fashion* saat ini secara tidak langsung telah mengubah gaya hidup dan budaya masyarakat. Masyarakat yang mengikuti *trend fashion* ini tidak hanya sekedar ingin membagikan bagaimana gaya mereka di media sosial, melainkan telah mempengaruhi banyak masyarakat sebagai penggunanya untuk mengikuti apa yang mereka lihat dan paling banyak disukai di media sosial.

Media sosial Instagram menjadi salah satu wadah bagi para pengguna media sosial untuk membagikan bentuk dari *trend fashion* tersebut. Salah satu aplikasi

yang paling banyak diunduh ini memberikan berbagai referensi bentuk dari *trend fashion* yang sedang *trending* di media sosial. Melalui berbagai postingan yang diunggah dalam bentuk *feeds*, *reels* dan *story*, para pengguna Instagram yang haus akan *trend-trend* yang sedang berkembang ini akan mudah mendapatkan referensi tersebut serta akan mudah juga untuk menunjukkan bagaimana *style* dari *trend fashion* yang mereka ikuti melalui berbagai bentuk postingan tersebut.

Perilaku inilah yang disebut imitasi. Imitasi berawal dari interaksi sosial yang dimana imitasi ini berperan penting dalam proses interaksi sosial. Imitasi memiliki sisi negatif dan positif tergantung bagaimana masyarakat melakukan imitasi tersebut. Dampak positif perilaku imitasi diantaranya dapat mendorong seseorang untuk mengikuti kaedah serta nilai yang berlaku. Sedangkan sisi negatifnya yaitu dapat mempengaruhi seseorang untuk mengikuti sesuatu hal yang menyimpang. Dari hal inilah perlu diketahui apakah perilaku imitasi *trend fashion* ini berdampak positif atau negatif di masyarakat dan apa tujuan dari perilaku imitasi *trend fashion* itu sendiri.

Laporan Napoleon Cat menunjukkan, ada 91,01 juta pengguna Instagram di Indonesia pada Oktober 2021. Tercatat, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 33,90 juta. Rinciannya, sebanyak 19,8% pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 17,5% merupakan laki-laki. Hal ini membuktikan pula bahwa perempuan memang lebih banyak melakukan *trend fashion* dibandingkan dengan laki-laki. Dan yang paling banyak melakukan imitasi terkait *trend fashion* ini adalah remaja. Data ini juga menunjukkan bahwa pengguna media sosial instagram yang rata-rata perempuan

ini memanfaatkan fitur foto dan video untuk mencari referensi terkait hal-hal yang disukai termasuk perihal *trend fashion*. Para pengguna juga lebih banyak menggunakan Instagram sebagai media sosial untuk menyebarkan postingan foto atau video pribadi mereka.

Perilaku imitasi *trend fashion* ini tidak hanya dibagikan lewat media sosial saja, melainkan diterapkan juga pada kehidupan sehari-hari. Seseorang yang mengikuti *trend fashion* cenderung terlihat lebih modis dan mengikuti perkembangan zaman, hal inilah yang menjadi sasaran utama mengapa akhirnya masyarakat sangat ingin terus *up to date* mengenai *trend fashion*. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat lebih cenderung mengadopsi *trend fashion* yang populer di media sosial, dimana seharusnya gaya berbusana tidak perlu berfokus pada apa yang sedang *trend* melainkan rasa nyaman dari orang tersebut sendiri ketika berpakaian.

Berdasarkan observasi secara langsung pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020, terdapat beberapa mahasiswa yang dianggap mewakili seseorang yang selalu mengikuti *trend fashion* di media sosial. *Trend fashion* yang diimitasikan yaitu *style* berbusana dari segi warna, jenis pakaian, model pakaian, sepatu, gaya hijab, dan aksesoris. Dari observasi yang dilakukan, *trend fashion* ini diikuti oleh lebih banyak mahasiswa perempuan dari pada mahasiswa laki-laki. Mahasiswa perempuan lebih banyak yang mementingkan gaya berbusana dari segi kecocokan warna, model pakaian dan bagaimana *style* hijab yang cocok dengan *outfit* yang mereka kenakan. Mahasiswa perempuan juga lebih sering bertukar informasi mengenai dimana

tempat mereka membeli salah satu busana yang dikenakan, dan mencocokkan *outfit* mereka sesuai dengan hari juga kesibukan yang akan mereka lakukan. Dari pengamatan yang dilakukan juga diketahui, setiap mahasiswa perempuan akan mengunjungi tempat-tempat tertentu yang kemudian disesuaikan dengan *outfit* yang mereka kenakan untuk kemudian dibagikan di media sosial melalui postingan.

Mahasiswa Jurusan Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020 memiliki penampilan imitasi *trend fashion* yang lebih mengarah pada gaya berpakaian yang terlihat simpel namun tetap memperlihatkan sisi modisnya. Warna-warna senada juga menjadi bentuk perilaku imitasi yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020. *Trend fashion* yang diimitasikan saat ini oleh mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2020 yaitu *trend fashion* yang memberikan identitas pada pengikutnya, seperti *cewek mamba*, *cewek kue* dan *cewek bumi*. Dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, perilaku imitasi yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2020 ini cenderung berbeda-beda. Terdapat mahasiswa yang hanya menyebarkan perilaku imitasinya melalui akun media sosial instagram, ada pula yang diterapkan melalui kegiatan sehari-hari di dalam kampus, dan ada pula yang hanya melakukan imitasi bila berpergian ke tempat-tempat tertentu. Selain itu, mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020 cenderung lebih banyak melakukan imitasi *trend fashion* dengan membeli salah satu *outfit* yang memang sedang *trending* di media sosial instagram yang tentunya mereka ketahui dengan mengikuti atau *memfollow* akun-akun instagram yang sering menyuguhkan konten-konten mengenai *trend fashion*. Dari

sini terlihat sangat jelas bahwa imitasi sendiri merupakan proses meniru sebagian dari hal-hal yang dilihat.

Dari menggunakannya media sosial dan mengamati *trend fashion* yang memang sedang *trending*, menimbulkan perilaku imitasi bagi mahasiswa khususnya perempuan. Imitasi merupakan perilaku meniru yang ada pada diri seseorang. Secara positif, imitasi ini dapat menginspirasi seseorang atau kelompok untuk berubah menjadi individu yang lebih menarik yang kemudian hal ini diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan bagaimana proses imitasi yang mereka lakukan.

Dalam penelitian ini penulis ingin meneliti secara mendalam bagaimana bentuk perilaku imitasi *trend fashion* yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2020 melalui proses penggalian lebih dalam terkait latar belakang perilaku imitasi yang mereka lakukan. Selain itu diteliti pula mengenai bagaimana kecenderungan mahasiswa Jurusan Sosiologi setelah melakukan imitasi *trend fashion* di media sosial Instagram tersebut.

Dari pemaparan latar belakang diatas, selanjutnya penulis terdorong untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **PERILAKU IMITASI TREND FASHION DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MAHASISWA (Penelitian di Mahasiswa Jurusan Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, diperoleh gambaran yang menghasilkan identifikasi masalah antara lain sebagai berikut:

1. Media sosial yang sangat berdampak pada perkembangan budaya dan gaya hidup.
2. *Trend fashion* yang dihasilkan dari perkembangan budaya di media sosial sangat berdampak sekali terhadap mahasiswa.
3. Media sosial memberikan dampak pada perilaku imitasi *trend fashion* mahasiswa.
4. *Trend fashion* menjadi salah satu gaya hidup dari perkembangan budaya yang mampu berubah dengan sangat cepat seiring berjalannya waktu.
5. *Trend fashion* menjadi suatu hal yang mampu membentuk penanaman karakter atau identitas diri dari seseorang berdasarkan penampilan luar.
6. Mahasiswa cenderung konsumtif karena memiliki rasa keharusan untuk mengikuti *trend fashion* yang sedang *booming* di media sosial.

C. Rumusan Penelitian

Setelah di paparkannya latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perilaku imitasi *trend fashion* di media sosial Instagram pada mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020?
2. Apa yang melatar belakangi mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020 untuk meniru *trend fashion* di media sosial Instagram?
3. Bagaimanakah kecenderungan mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020 setelah meniru *trend fashion* di media sosial Instagram?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon dari Mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2020 saat ini terhadap fenomena perilaku imitasi *trend fashion*. Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku imitasi *trend fashion* di media sosial Instagram pada kalangan mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020.
2. Untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020 meniru *trend fashion* di media sosial Instagram.
3. Untuk mengetahui bagaimana kecenderungan mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020 setelah meniru *trend fashion* di media sosial Instagram.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengharapkan adanya manfaat yang dapat diambil baik manfaat secara teoritis maupun praktis, adapun manfaatnya dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis/Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya perihal dampak teknologi dan media sosial terhadap perkembangan konsep perubahan sosial budaya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Jurusan Sosiologi UIN Bandung, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa untuk lebih bijak dalam melakukan *trend fashion* di media sosial.
- b. Bagi Fakultas diharapkan penelitian ini bisa menjadi sebuah referensi bacaan, acuan informasi bagi mahasiswa dan sebagai bahan penelitian terdahulu untuk peneliti selanjutnya mengenai perilaku imitasi yang dapat berguna bagi kelimuan.

F. Kerangka Penelitian

Orang-orang di seluruh dunia semakin sering menggunakan media sosial karena mudah untuk menerima informasi terbaru dan penggunaannya dapat mengekspresikan diri mereka dengan bebas serta percaya diri. Masyarakat yang menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri cenderung merasa sangat puas, bangga dan merasa tersorot ketika mereka mendapat perhatian dari para pengikut mereka di media sosial, perhatian tersebut bisa berupa *likes* foto, *followers* yang banyak, komentar pujian, dan bahkan seseorang yang mengikuti apa yang ia sebar melalui media sosial contohnya seperti gaya berpakaian.

Proses imitasi bisa tercipta dari interaksi sosial yang ada di media sosial tersebut. Seseorang akan dengan mudah melihat apa yang sedang menjadi pusat sorotan atau dengan kata lain *trending* di media sosial. Bisa kita lihat saat ini, masyarakat yang menggunakan media sosial lebih banyak meniru kegiatan atau aktivitas maupun gaya hidup berdasarkan apa yang ditampilkan pada media sosial yang mereka lihat, mereka merasa puas jika hal tersebut bisa terealisasikan

dikehidupan mereka untuk kemudian mereka sebarkan kembali melalui media sosial yang mereka miliki.

Interaksi sosial merupakan hubungan sosial dinamis yang dapat melibatkan hubungan antara individu, kelompok orang, maupun antar kelompok. Tanpa interaksi, akan sulit bagi seseorang untuk bertahan hidup. Interaksi sosial, menurut Erving Goffman, adalah apa yang membentuk masyarakat karena interaksi sosial tersebut memberikan pemahaman lingkungan sosial yang lebih mudah.³

Trend fashion menjadi salah satu bentuk yang paling banyak diimitasikan oleh para pengguna media sosial tak terkecuali oleh para mahasiswa. Bentuk imitasi *trend fashion* mereka bisa berupa gaya berpakaian dari segi warna, jenis pakaian, model pakaian, model hijab, dan kecocokan pakaian yang mereka kenakan dengan tempat-tempat yang akan mereka kunjungi. Perilaku imitasi ini tidak hanya mereka sebar melalui media sosial, melainkan mereka terapkan pula pada kehidupan sehari-hari. Perilaku imitasi ini bisa menimbulkan suatu identitas diri bagi mereka seperti sifat atau karakter. Interaksi sosial yang terjadi di media sosial khususnya pada mahasiswa ini menjadikan mereka termotivasi untuk meniru *trend-trend* yang sedang ramai. *Trend fashion* menjadi salah satu bentuk imitasi yang sangat digemari karena berhubungan dengan penampilan.

Tindakan sosial merupakan unsur pembentuk dari interaksi sosial, hal ini menjadikan tindakan sosial menjadi unsur utama dari interaksi sosial. Tindakan sosial merupakan interaksi dalam hal-hal tertentu dan situasi tertentu yang

³ Angelie Xiao, *Konsep Interaksi Sosial Dalam Komunikasi, Teknologi, Masyarakat*. Vol. 7 No .2. Jurnal Komunikasi, 2018, h.95.

dilakukan individu atau kelompok. Ketika berinteraksi, seorang atau kelompok mencoba untuk mempelajari serta memahami tindakan sosial orang lain maupun kelompok.⁴

Max Weber memberikan perspektif teori tindakan sosial dari sudut pandang motif dan tujuan pelaku. Interpretasi teorinya ini membantu kita lebih memahami bagaimana individu dan kelompok berperilaku ketika mereka masing-masing memiliki tujuan yang beragam dan faktor pendorong di balik berbagai tindakan yang diambil. Melalui pemahaman dari teori ini, pola perilaku yang ditunjukkan oleh setiap orang dan kelompok, serta motivasi di balik tindakan yang dilakukan akan dapat diketahui.⁵

Perilaku imitasi *trend fashion* yang dibahas dalam penelitian ini sangat berkaitan dengan teori tindakan sosial milik Max Weber. Dimana suatu tindakan meniru oleh mahasiswa ini dikategorikan dalam bentuk tindakan rasionalitas instrumental. Jenis tindakan ini menjelaskan bahwa, tindakan mahasiswa melakukan imitasi didorong oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan atau harapan tertentu yang diupayakan sendiri oleh mahasiswa tersebut dengan didukung oleh ketersediaan alat untuk mencapai tujuan tersebut. Alat disini yaitu berupa *fashion* kekinian yang dapat menunjang tercapainya tujuan-tujuan tersebut.

Dalam penelitian ini mahasiswa meniru atau mengimitasikan *trend fashion* yang terdapat di media sosial, gejala ini berdampak bagi mahasiswa yang tertarik dengan *trend-trend* yang ada. Perilaku imitasi ini berupa meniru cara berpakaian

⁴ Syahrial Syahbani Fatkhuri, *Teori Sosiologi Suatu Pengantar* (Bogor, Ghalia Indonesia, 2016), h.53.

⁵ Alis Muhlis dan Norkholis, *Analisis Tindakan Sosial Max Weber Dalam Tradisi Pembacaan Kitab Mukhtasar Al-Bukhari*. Vol. 1 No. 2. Jurnal Living Hadis, h.7-8.

yang mencocokkan warna, jenis pakaian, *outfit* yang cocok ke tempat-tempat tertentu, *style* yang bagus untuk dihadiri di acara-acara tertentu dan lain sebagainya. Perilaku imitasi ini pun memiliki sisi negatif dan positif, sisi positif seperti mendorong para mahasiswa untuk berpenampilan rapih dan modis. Dan dari sisi negatifnya yaitu bisa mendorong mahasiswa untuk melakukan gaya hidup yang konsumtif, *style* yang mereka kenakan juga bisa jadi tidak sesuai dengan jati diri mereka sendiri karena mereka hanya berfokus dengan apa yang menjadi kesukaan publik di media sosial agar mereka juga tidak ketinggalan zaman.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran**Perilaku Imitasi *Trend Fashion* Di Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa**