

**PERAN BUDAYA POPULER DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM PERKEMBANGAN FASHION DI
KALANGAN MAHASISWA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri
Curup)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menentukan Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar (S1)

Dalam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



DISUSUN OLEH:

Shela Novika

NIM:19521062

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUD AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

TAHUN 2023/1444 H

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth, Bapak Rektor IAIN Curup

Di

Curup

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat skripsi yang diajukan

Nama : Shela Novika

Nim : 19521062

Fakultas : Ushuluddin Adab Dan Dakwah

Judul : Peran Budaya Populer dimedia Sosial Instagram Dalam Perkembangan Fashion Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Curup)

Sudah dapat diajukan dalam sidang munaqosah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian surat permohonan pengajuan skripsi ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan dengan semestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Curup, 2023

Mengetahui

Pembimbing I



Anrial, M.A
NIP. 2003018101

Pembimbing II



Intan Kurnia Syaputri, M.A
NIP.199208312020122001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Dr. Ak Gani No. 01 Kontak Pos 108
Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kodepos 39119
Website/facebook: iainCurup. Email: iain.curup@gmail.co.id

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

No : 365/In.34/1/FU/1/PP.00.9/06/2023

Nama : Shela Novika
Nim : 19521062
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Peran Budaya Populer Di Media Sosial Instagram Dalam Perkembangan Fashion Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Curup)

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

pada :

Hari/ Tanggal : Senin, 19 juni 2023
Pukul : 10.30 WIB s/d 12.30 WIB
Tempat : Ruang Ujian FUAD IAIN Curup

Dan telah diterima untuk memperbaiki sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Sos) dalam bidang Ilmu Dakwah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Anrial, M.A
NIDN.2003018101

Penguji I,

Dita Verolyna, M.I.Kom
NIP.198512162019

Sekretaris,

Intan Kurnia Syaputri, M.A
NIP.199208312020122001

Penguji II,

Dede Konggoro, M.I.Kom
NIDN. 2028108602

Mengetahui,
Dekan

Dr. H. Nelson, M.Pd.I
NIP. 19690504 19980 31 006



PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shela Novika
Nim : 19521062
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Peran Budaya Populer di media Sosial Instagram Dalam Perkembangan Fashion Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Curup)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Maret 2023

Curup,
Penulis,

SHELA NOVIKA
NIM.19521062

MOTTO

“fashion adalah seni dan kamu adalah kanvasnya”

~Velvet Paper~

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Peran Budaya Populer dimedia Sosial Instagram Dalam Perkembangan Fashion Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Curup)”**. Kemudian tidak lupa penulis mengucapkan sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang hingga saat ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan agama islam di IAIN Curup.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karna itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I, selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Dr. Istan M.E.I., selaku Wakil Rektor I IAIN Curup.
3. Bapak Dr. H. Ngadri Yusro M.Pd., selaku Wakil Rektor II IAIN Curup.
4. Bapak Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd.I, selaku Wakil Rektor III IAIN Curup.
5. Bapak Dr. Nelson selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Curup.
6. Ibu Intan Kurnia Syaputri, M.A., selaku Ketua Prodi KPI IAIN Curup.

7. Bapak Anrial, M.A, selaku Pembimbing I serta kepada Bunda Intan Kurnia Syaputri, M.A selaku pembimbing II
8. Seluruh dosen dan staf IAIN Curup yang telah banyak membantu penulisan dalam berbagai perbaikan skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini jauh dari kesempurnaan, karena penulis hanya manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan dan khilaf. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kebaikan skripsi ini. Atas segala bantuan dari berbagai pihak, penulis mengucapkan banyak terimakasih, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan diberikan bantuan dengan nilai pahala yang berlipat ganda disisi-Nya. Amin yarobbal'alamin.

Terimakasih Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Curup, Juni 2023

Shela Novika

NIM : 19521062

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah tiada henti ku panjatkan puji syukur atas berkat rahmat sehat dan bahagiamu Ya Allah. Impian untuk mendapatkan gelar sarjana akhirnya terwujud dengan penuh perjuangan dan usaha yang tak pernah menyerah berkat lindunganmu ya Allah, dengan penuh rasa percaya dalam menempuh, menuntut ilmu, selalu diberikan ketabahan serta banyak pengalaman dan ilmu yang didapat, semua berkat ridho dan rahmatmu, rasa syukur yang tak ada henti-hentinya Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Yang paling utama kedua orang tua yang sangat berjasa dalam hidup ini yang selalu mendukung disetiap langkah kaki ku, yang tiada henti-hentinya dalam mendoakanku, untuk cinta pertamaku didunia ini bapak Hamdani dan bidadari syurga yang telah tuhan ciptakan ibu suryani. Terimakasih banyak pak buk atas dukungan cinta dan kasihmu, ikhlas dalam memperjuangkanku supaya aku menjadi orang yang berguna, jasmu sangat besar bagiku semoga Allah memberikan jalan terbaiknya untukku dalam segala tujuanku yang ingin membahagiakan kalian. Dan juga untuk seluruh keluarga besarku.
2. Dosen pembimbing I bapak Anrial, M.A dan Dosen pembimbing II bunda Intan Kurnia Syaputri, M.A terimakasih banyak telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya dengan penuh rasa sabar, tulus, dan ikhlas yang sangat luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih

pak, bun. Semoga Allah SWT membalas semua jasa dan dipermudahkan segala urusan bapak dan bunda. Aamiin

3. Terkhusus kepada para informan dalam pembuatan kripsi ini, Yoga diantoffa, Nofri Ario Diansi, Mikel Janeri, dan Ayudia Puspita terimakasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, terimakasih atas informasi yang telah diberikan untuk melengkapi data hingga terselainya skripsi ini, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian. Amiin
4. Dan teruntuk RAMADANI terimakasih atas support, dan semangat yang telah diberikan, terimakasih selalu hadir pada saat suka maupun duka, terimakasih sudah mau menjadi tempat ku berkeluh kesah, semoga kita diberikan kesehatan dan mewujudkan apa yang kita harapkan.
5. Untuk patner terbaik selama drama perskripsian ini REZIKA UTAMA terimakasih atas dukungan, nasehat serta doanya. Terimakasih telah bersedia untuk direpotkan dalam pembuatan skripsi ini, Dan juga RINI YULIANA orang yang saya kenal dari tahun 2019 terimakasih atas waktu yang tidak sebentar ini, terimakasih untuk semua hal baik selama ini semoga kita bisa mencapai mimpi-mimpi kita dan bisa menggunakan toga di waktu yang sama.
6. Untuk teman-teman PPL Kuliphoto, PKL KUA Bermani Ulu dan juga KKN Kelompok 77 desa talang donok 1 khususnya wooku Ragil Safitri, Fina Refira Dan Muhammad Yusril Mahendra, terimakasih tas semua hal baik yang sudah beri.

7. Almamater kebanggan IAIN Curup serta semua teman-teman seperjuangan dari tahun 2019 KPI C senang bisa bertemu dengan orang-orang hebat seperti kalian yang in syaa allah menjadi orang yang sukses dikemudian hari. Aamiin

PERAN BUDAYA POPULER DIMEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PERKEMBANGAN FASHION DI KALANGAN MAHASISWA

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri
Curup)**

ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana budaya populer dalam membawa sesuatu yang baru terhadap lingkungan dikalangan remaja dengan didukung dengan media massa yang mana memberi peran besar sebagai sumber informasi. Media massa dalam penelitian ini ialah instagram yang berperan juga sebagai alat dalam penyebaran budaya populer kepada khalayak umum. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) bagaimana peran budaya populer dimedia sosial instagram dalam perkembangan fashion dikalangan mahasiswa? 2) Apa yang menjadi daya tarik bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial instagram? Adapun metode dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penulis melakukan wawancara mendalam secara langsung dan online sebagai pengumpulan data utama dengan 4 informan, serta melakukan observasi baik secara langsung maupun juga online sebagai data pendukung dengan analisa triangulasi atau keabsahan data. Hasil penelitian ini adalah 1) menunjukkan bahwa peran budaya populer terus berlangsung dalam kehidupan sosial informan dengan beraneka ragam dalam wujud *fashion* yang berbeda tapi tetap dalam konteks budaya yang sama yaitu korea, dan tidak hanya itu tapi juga dalam konteks selera musik, masakan, dan juga perfilman. 2) karena instagram memiliki fitur yang sangat berbeda dari media sosial lainnya instagram menjadi media sosial yang sangat *up to date*, *instagramnable*, jangkauan yang sangat luas yang membuat instagram menjadi wadah untuk mencari informasi dan juga menjadi tempat untuk eksistensi diri.

Kata kunci: budaya populer, instagram, fashion

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PESETUJUAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Literatur	10
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Budaya.....	12
1. Pengertian Budaya	12

2. Proses Terbentuknya Budaya	14
B. Budaya Populer	16
1. Definisi Budaya Populer	16
2. Sejarah Munculnya Budaya Populer	18
3. Ciri-Ciri Budaya Populer	20
C. Budaya Populer Di Indonesia.....	21
D. Media Sosial.....	25
1. Definisi Media Sosial.....	25
2. Media Sosial Sebagai Representasi Budaya Populer ..	25
E. Instagram.....	29
1. Pengertian Instagram.....	29
2. Fitur-Fitur Instagram.....	32
F. Sejarah Singkat Perkembangan Fashion Di Indonesia.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi dan waktu Penelitian	43
C. Subjek Penelitian.....	44
D. Pendekatan Penelitian	44
E. Sumber Data.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data	47
G. Teknik Analisis Data.....	51
H. Keabsahan data.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Penjelasan Singkat Instagram	54
B. Profil Informan.....	55
C. Hasil Penelitian	56
1. Peran Budaya Populer di Media Sosial	
Instagram dalam Perkembangan Fashion.....	56
2. Daya Tarik Mahasiswa Dalam Memanfaatkan	
Media Sosial Instagram.....	72
D. Pembahasan.....	77
1. Peran Budaya Populer Di Media Sosial Instagram	
Dalam Perkembangan Fashion Dikalangan	
Mahasiswa.....	77
2. Daya tarik mahasiswa dalam memanfaatkan	
Media sosial Instagram Pembahasan.....	79
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

A. Gambar 2.1.....	31
B. Gambar 4.1.....	58
C. Gambar 4.2.....	59
D. Gambar 4.3.....	61
E. Gambar 4.4.....	63
F. Gambar 4.5.....	68
G. Gambar 4.6.....	69
H. Gambar 4.7.....	70
I. Gambar 4.8.....	71
J. Gambar 4.9.....	75
K. Gambar 4. 10.....	76

DAFTAR TABEL

A. Tabel 3.1.....	47
B. Tabel 4.1.....	55
C. Tabel 4.2.....	64

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan zaman semakin hari semakin modern dengan diiringi dengan perkembangan teknologi globalisasi yang semakin pesat. Perkembangan teknologi informasi khususnya pada media massa memberikan dampak yang sangat besar dalam gaya kehidupan banyak orang. Kemajuan teknologi sekarang ini mendorong masuknya budaya-budaya luar yang digemari banyak orang apalagi dikalangan remaja, budaya yang sangat disukai banyak orang ini disebut dengan Budaya populer atau disebut juga Budaya pop atau *culture populer* atau bisa juga disebut juga budaya massa atau *mass culture*.¹

Secara etimologi, Budaya populer atau budaya pop (*cultural populer*) berasal dari bahasa Spanyol dan Portugis yang memiliki makna yaitu merupakan unsur kebudayaan yang bersumber dari rakyat. Berdasarkan pada perspektif bahasa kebudayaan latin, Budaya populer lebih banyak mengarah pada adanya pemikiran-pemikiran tentang perkembangan kebudayaan dari kreativitas orang kebanyakan di masyarakat². Budaya ini mencakup seluruh praktik kehidupan sehari-hari, mulai dari memasak, gaya berpakaian, gaya berbicara, olahraga, dunia hiburan, dan lain sebagainya.

¹Ledy Femina Sitangga, Eddy Lin, Offeny, “*Perspektif Mahasiswi Prodi Ppkn Universitas Palangka Raya Tentang Budaya populer Korea (K-Pop) Terhadap Gaya Hidup*” No. 2(2021): 125

²Dani Ramadani, *Definisi Budaya Ppuer, Proses, Ciri, Jenis, Contoh, Dampak, Dan Perkembangannya Di Indonesia*, Kuningan Jawa Barat: Fak. Sosiologi Unlam, 2020
<https://www.sosial79.com/2020/05/definisi-budaya-populer-proses-ciri.html?m=1>

Budaya populer adalah budaya yang dikenal dan digemari kebanyakan masyarakat pada umumnya, sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang, serta mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga memunculkan perspektif budaya pop sebagai suatu budaya yang sudah berkembang kemudian menjadi kebiasaan yang digemari oleh banyak orang budaya populer bersifat kontemporer, dimana budaya ini bisa berubah sewaktu-waktu dan muncul secara unik diberbagai tempat dan waktu yang berlainan, serta mengikuti perkembangan zaman, dan eksitensinya sedang berkembang baik dikalangan masyarakat.

Budaya pop atau budaya populer adalah budaya yang lahir atas keterkaitan dengan media. Artinya, media mampu menjalankan perannya sebagai wadah untuk menyebarluaskan informasi dan hiburan kepada khalayak serta memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Budaya populer yang dibicarakan disini tidak terlepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap publik yang bertindak sebagai konsumen³.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet Indonesia terus meningkat setiap tahunnya ada 210,03 Juta pengguna internet didalam negeri pada periode 2021-2022. jumlah itu meningkat 6,78% dibanding pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%. Melihat usianya, tingkat penetrasi

³Dr. Farid Hamid U. M.Si. "*Media Dan Budaya populer* " Jakarta: Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Mercubuana. 2

internet paling tinggi dikelompok usia 13-18 tahun, yakni 99,16%. Posisi kedua ditempat oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. Tingkat penetras internet direntang usia 35-54 tahun sebesar 87,30%. Sedangkan, tingkat penetrasi internet dikelompok umur 5-12 tahun dan 55 tahun keatas masing-masing sebesar 62,43% dan 51,73%⁴

Dari hasil survei pembagian menurut usia yang dilakukan oleh Asosiasi penyelenggara Internet Indonesia, maka dalam penelitian ini mahasiswa IAIN Curup masuk kedalam kategori pengguna internet sebagai posisi kedua yang rentang usianya mulai dari usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. Dan berdasarkan survei APJII tentang tingkat penetrasi dan kontribusi berdasarkan demografi responden bahwa tingkat penetrasi pengguna internet berdasarkan pekerjaan yaitu paling banyak diakses oleh pelajar dan mahasiswa sebanyak 99,26% serta berdasarkan tingkat pendidikan sarjana (S1) atau Diploma yaitu sebanyak 94,26%. dan APJII juga menyebutkan bahwa konten yang sering diakses berdasarkan perilaku pengguna internet adalah media sosial. Maka dalam penelitian ini peneliti memilih media sosial Instagram, karena instagram disebut juga sebagai sosial media yang mampu menunjang *trend fashion*.

Popularitas media sosial instagram semakin tinggi. Hal ini tercermin dari jumlah penggunanya yang terus bertambah dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data *Business of Apps*, pengguna Instagram secara global sudah mencapai 1,96 miliar orang pada kuartal I 2022. Jumlah itu meningkat

⁴Website Resmi Apjii

1,67% dari kuartal sebelumnya yang masih 1,92 miliar orang. Sedangkan jika dibanding kuartal I 2021, pertumbuhannya mencapai 4,42% dalam setahun. Adapun penggunaannya mayoritas berusia 25-34 tahun, dengan proporsi 33% dari total pengguna. Diikuti kelompok usia 18-24 tahun sebesar 30% dan usia 35-44 tahun 16%⁵.

Berdasarkan pra observasi banyak *brand* yang menampilkan produk-produknya melalui instagram bukan hanya produk lokal tapi juga Internasional. Seperti label *fashion* Internasional yang menjadi *favorite* pengguna sosial media di Indonesia serta *brand fashion* populer terbaik dan digandrungi anak muda seperti Zara, Gucci, H&M, Pull&Bear⁶. Peran media sosial Instagram juga terhadap *trend fashion* remaja antara lain adalah sebagai referensi remaja dalam mencari *trend* saat ini, sebagai media promosi akun-akun media sosial milik produk dan merek *fashion*, tempat *update* info terbaru seputar *fashion*, media remaja untuk mengikuti *trend fashion* saat ini, tempat *update upcoming event* seputar *fashion*, membantu remaja meningkatkan eksistensi diri di Instagram⁷.

Media sosial Instagram sebagai sarana menyebarkan *trend fashion* di kalangan remaja dinilai efektif karena media sosial Instagram dapat dengan

⁵ Monavia Ayu Rizati, *Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram Per Kuartal I 2022*, Dtaboks, 2022
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>

⁶ Ilhamdi, *4 Brand Fashion Populer Terbaik Dandigandrungi Anak Muda Di Tahun 2022*, Dki Jakarta: Ultra Voucher, 2022
<https://ultravoucher.co.id/4-brand-vfashion-populer-terbaik-dan-digandrungi-anak-muda-di-2022/>

⁷ Fitria Listie Suryani, "*Instagram Dan Fashion Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram Terhadap Trend Fashion Remaja Dalam Akun @Ootdindo Tahun 2014*". Skripsi (Surakarta: Fisip Jur. Ilmu Komunikasi Uns, 2015) 15

mudah dan cepat dalam menyebarkan informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak tanpa memikirkan jarak, ruang dan waktu.

Dalam kehidupan masyarakat modern, gaya merupakan suatu hal yang penting, seseorang dapat menilai orang lain hanya dengan melihat bagaimana gaya busananya. Sehingga, setiap orang diharapkan mampu mengontrol status dan perannya masing-masing. Bagi anak muda *fashion* merupakan salah satu cara untuk menemukan jati dirinya. Dengan mengikuti perkembangan *fashion* melalui media sosial instagram, beberapa anak muda beranggapan bahwa dengan hal tersebut mampu meningkatkan popularitas di lingkungannya⁸.

Perkembangan *trend fashion* di dunia kalau kita lihat kebelakang pada dasarnya pakaian tidak hanya merupakan alat untuk pelindung terhadap keadaan cuaca. Perkembangan *fashion* yang dibawa oleh pengaruh Budaya populer membawa efek yang besar dalam gaya hidup remaja bahkan mahasiswa. Di era globalisasi, dunia *fashion* selalu berubah-ubah dari model yang satu ke model yang lain. *Fashion* juga berarti suatu sistem penanda dari perubahan budaya menurut suatu kelompok atau adat tertentu. Beberapa kota di dunia menyandang predikat sebagai Ibu Kota Mode. Hal ini tak lepas dari *trend* mode di kota tersebut termasuk eksistensi dan kreativitas perancang busana dan *event* peragaan busana. Beberapa kota yang dianggap sebagai

⁸Adhitya Prasta Pratama, *Dilema Budaya populer : Anak Muda, Anime, Dan Fashion*. Di Yogyakarta: Ibimes.Id, 2021
<https://ibtimes.id/Anak-Muda-Anime-Dan-Fashion/>

pusat *fashion* Dunia tersebut adalah New York , Loss Angeles, Milan ,Paris dan London.⁹

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Hamdani M. Syam dengan journalnya yang berjudul *Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya populer korea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh* dapat disimpulkan bahwa dampak globalisasi media adalah munculnya Budaya populer yang kemudian memiliki potensi untuk menggusurkan budaya lokal, dan ada tiga pengaruh Budaya populer Korea yang sangat menonjol terhadap remaja. Pertama, pengaruh terhadap cara berpakaian. Kedua, pengaruh terhadap bahasa. Ketiga, pengaruh terhadap gaya hidup. Remaja Kota Banda Aceh mulai mengadopsi bahasa Korea seperti sapaan *annyeong* (hallo) pada saat bertemu dengan kawan-kawannya, juga kata-kata lain seperti *arastoyo* (mengerti), (hebat) dan lainnya. Tidak hanya dari segi bahasa, ada juga pengaruh dari segi pakaian atau *fashion*¹⁰. Sebagian remaja mengadopsi gaya *fashion* artis Korea walaupun berpakaian ala Korea tetapi masih disesuaikan dengan daerah Aceh yang menjalankan syariat Islam. Maka dari itu, walaupun perempuan berpakaian ala Korea masih juga dipadukan dengan jilbab yang modis. Dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat pengaruh yang disebabkan dari Budaya populer .

⁹Irwan Akhmad, *Inilah Lima Kota Mode Dunia, Salah Satunya Markas Rossoneri*, Bandung: Banungklik, 2022
<https://Bandungklik.Com/Inilah-Lima-Kota-Mode-Dunia-Salah-Satunya-Markas-Rossoneri/Gaya-Hidup/Mode/>

¹⁰ Hamdani M. Syam, “*Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya populer korea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh*”, *Avant Garde | Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol III No .1 (2015) 64-65

Dalam hal ini penelitian dilakukan terhadap Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup. IAIN Curup menjadi salah satu kampus Islam Negeri di Bengkulu sekaligus penyanggah dari Provinsi lain yakni Kota Lubuk Linggau Palembang Provinsi Sumatera Selatan, dan Provinsi Jambi. Memiliki fasilitas yang mendukung proses belajar mengajar. Selain bernuansa Islam IAIN Curup memiliki tiga fakultas diantaranya Fakultas Dakwah, Tarbiyah dan Syariah.

Dan sejatinya remaja atau direntang usia seperti mahasiswa tentu selalu ingin berpenampilan menarik sesuai dengan perkembangan *fashion*. *Fashion* atau penampilan bagi seorang memang memegang peranan penting. Hal ini berkaitan dengan kepuasan, kepercayaan diri di depan publik serta cermin kepribadian seseorang, dan *trend fashion* tersebut tentunya dapat dilihat di media sosial intragram milik mahasiswa IAIN Curup.

Maka dari itu alasan peneliti tertarik membahas mengenai permasalahan ini karena adanya Budaya populer yang sangat luas ini banyak memunculkan masalah misalnya dampak terhadap gaya hidup yang dibawa oleh Budaya populer, kemudian dampak terhadap gaya bicara yang seiring dengan waktu juga terpengaruhi seperti penggunaan bahasa-bahasa asing dan yang paling besar ialah dampak terhadap cara berpakaian atau disebut dengan *trend fashion*. Disamping itu *trend fashion* remaja yang sering diadaptasi sebagai *life style* sekarang ialah *fashion* dari Budaya populer. terkadang ada yang berpikir jika tidak mengenakan pakaian terbaru yang bermerek mahal dan

terkenal, mereka akan dianggap sebagai remaja yang ketinggalan zaman. Selain itu, mereka mungkin saja bisa di jauhi bahkan ditinggalkan.

Pada masa-masa remaja seperti ini orang sangat peduli pada penilaian orang lain terhadap dirinya seperti baju apa yang mereka pakai, dan beberapa banyak aksesoris yang mereka punya. Maka dari *fashion* dapat dikatakan sebagai cerminan diri seseorang. Berkenaan dengan pernyataan yang sudah di paparkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Budaya populer Di Media Sosial Instagram Dalam Perkembangan *Fashion* Dikalangan Mahasiswa”.

B. Batasan Masalah

Adanya batasan masalah dari penelitian ini diharapkan agar dapat mempermudah serta mempertegas ruang lingkup pembahasan, maka peneliti memberi batasan pada “Peran Budaya populer Di Media Sosial Instagram Dalam Perkembangan *Fashion* Di Kalangan Mahasiswa IAIN Curup dan hal-hal yang menjadi daya tarik bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial instagram”.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang telah peneliti rumuskan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran Budaya populer di media sosial instagram dalam perkembangan *fashion* di kalangan Mahasiswa?

2. Apa yang menjadi daya tarik bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial instagram?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana peran Budaya populer di media sosial instagram dalam perkembangan *fashion* di kalangan Mahasiswa Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Curup.
- b. Untuk mengetahui apa yang menjadi daya tarik bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial instagram.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat terus memberikan manfaat di kemudian hari baik bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Berikut manfaat yang dimiliki penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya pembendaharaan kepustakaan bagi pengembang ilmu pengetahuan pada umumnya. Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman dan mengetahui bagaimana peran Budaya populer di media sosial instagram dalam perkembangan *fashion* dikalangan mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini sebagai salah satu langkah untuk mengetahui dan menambah wawasan serta dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan kajian komunikasi terutama dalam bidang perkembangan media sosial dan teknologi komunikasi dalam bentuk Budaya populer .

F. Kajian Literatur

Tiga kajian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini. sebelum penelitian memaparkan analisis dalam penelitian, sejauh penelusuran peneliti yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Artikel Rafly Arby Handoko, Pendidikan Sosiologi A Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul “Akulturasi Budaya Barat Pada *Fashion* Remaja Indonesia” dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *fashion* merupakan salah satu gaya berpakaian seseorang yang tentunya dapat menjadi salah satu ciri khas orang tersebut. Tetapi untuk sekarang ini gaya-gaya *fashion* Indonesia khususnya anak muda banyak sekali yang mengikuti *trend-trend* berpakaian orang luar negeri. Mulai dari baju, celana, drees, rok sampai dengan aksesoris penunjang lainnya pun berpusat dari negara asing.
- b. Journal Zahra, Nurul Mustaqimamah, Muhammad David Hendra yang berjudul Kekuatan Media Digital pada Pembentukan Budaya populer (Studi pada Komunitas Moarmy Pekanbaru) peneliti ini berfokus pada kekuatan media digital pada pembentukan budaya populer pada komunitas Moarmy Pekan baru. Tujuan dalam penelitian ini berupa untuk mengetahui dampak media digital terhadap penyebaran budaya populer

pada individual anggota komunitas Moarmy Pekan baru dalam aktivitas kegiatan sehari-hari. Sedangkan yang peneliti akan teliti ialah berfokus pada peran budaya populer di media sosial instagram dalam perkembangan *fashion* dikalangan mahasiswa.

- c. Journal Sinung Utami Hasri Habsaria yang berjudul “*Fashion* Hijab Dalam Kajian Budaya populer ” hasil dari penelitian ini ialah Budaya populer dengan cepat mempengaruhi masyarakat termasuk gaya hidup. Berbagai *trend fashion* hijab dan busana muslim yang berkembang pesat berpengaruh pada gaya busana dan gaya hidup perempuan muslim untuk selalu tampil modis dan stylish. Dalam penelitian ini terdapat persamaan yaitu perkembangan *trend fashion* yang dipengaruhi oleh Budaya populer . namun yang membedakannya adalah objek penelitian yang akan peneliti buat yaitu dikalangan mahasiswa.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. BUDAYA

1. Pengertian Budaya

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, budaya artinya pikiran, akal budi, hasil, adat istiadat atau sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sukar diubah¹¹.

Menurut salah satu ahli Ary H. Gunawan kata “Budaya” berasal dari bahasa Sanskerta “Buddhaya”, yang merupakan bentuk jamak dari “Budhi” (budi). Jadi, kebudayaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan akal. Selain itu, kata budaya juga berarti “pikiran dan kekuatan” atau kekuatan pikiran. Jadi kebudayaan adalah segala daya budi yaitu cipta, rasa dan karsa.

Menurut Soekanto dalam Skripsi Zulfan Efendi yang berjudul Budaya Pop dan Persaingan Identitas Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni¹²

¹¹ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), 130-131

¹² Zulfan Efendi, *Budaya pop Dan Persaingan Identitas (Studi Deskriptif Pada Komunitas Anime Attack On Titan)*. Skripsi (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021) 23

Para ahli telah mengembangkan ratusan definisi budaya dan ternyata semuanya memiliki pandangan yang berbeda tentang konsep dan makna budaya. Untuk membuktikan hal tersebut, maka pada tahun 1952, dua orang ahli antropologi, A.L. Kroeber dan C. Kluckhohn, pernah mencoba mengumpulkan semua definisi tentang kebudayaan, hasilnya terkumpul 160 buah lebih definisi yang berbeda-beda dalam batasan dan ruang lingkungannya. Ternyata kata budaya dapat menyentuh berbagai aspek kehidupan baik aspek material, seperti makanan dan pakaian, aspek sosial kemasyarakatan, seperti organisasi pemerintahan/struktur pemerintahan, aspek perilaku manusia, dan aspek-aspek lainnya¹³

Budaya berkelanjutan dan hadir di mana-mana, subkultur juga terkait dengan bentuk fisik dan lingkungan sosial yang mempengaruhi kehidupan kita. Gaya hidup kita, tentu mempengaruhi kita sejak kita dalam kandungan sampai kita mati atau bahkan setelah kita mati, kita dikuburkan dengan cara yang sesuai dengan subkultur kita. Gaya hidup ditemukan tidak diwariskan secara genetik, gaya hidup juga berubah ketika manusia bersentuhan satu sama lain.

Menurut Budyatna dalam Skripsi Zulfan Efendi yang berjudul Budaya pop Dan Persaingan dentitas, budaya merupakan sebuah kata yang umum dikenal orang, tetapi arti yang tepat mengenai kata ini sulit untuk dimengerti atau sulit untuk dipahami. Sebuah definisi yang bermanfaat seperti yang dikemukakan oleh Geert Hofstede bahwa budaya itu terdiri

¹³ R. Kuserdyana, *Pengertian Budaya, Lintas Budaya, dan Teori yang Melandasi Lintas Budaya* (Bandung: Stp Bandung, 2020) 3

dari program mental bersama yang menentukan *respons-respons* individu terhadap lingkungannya. Setiap orang memiliki dalam dirinya pola-pola berpikir, berperasaan, dan bertindak secara potensial yang dipelajari sepanjang hidupnya¹⁴. Kebanyakan hal tersebut telah diperolehnya sejak kecil, karena pada saat umur itu seseorang mudah terpengaruh untuk belajar dan berasimilasi.

2. Proses Pembentukan Budaya

Tinjauan Antropologis Terhadap Pembentukan Budaya. Tinjauan antropologis yang dimaksud adalah tinjauan dari aspek penciptaan budaya oleh manusia. Tinjauan ini dimaksudkan untuk mendapatkan keterangan sampai seberapa jauh aspek-aspek manusiawi yang mempengaruhi lahirnya kebudayaan, terutama pembinaan moral bangsa. Suatu ketentuan yang tidak dapat disangkal adalah bahwa manusia merupakan makhluk budaya, dalam arti dengan seluruh potensi yang dimiliki, ia mampu melahirkan cipta, rasa, dan karsa. Inilah yang paling menarik perhatian para pemikir, baik dari kalangan umum maupun dari kalangan Islam, sehingga banyak di antara mereka menghabiskan waktunya untuk melakukan penelitian-penelitian dalam bidang ini. Dengan *behavioral science*, mereka melakukan analisis psikologis terhadap tingkah laku manusia guna memperoleh kejelasan terhadap kerja cipta, rasa, dan karsa, melauli beberapa aspek antara lain *cognitive* dan emosi. Pada saat diciptakan, manusia telah dilengkapi

¹⁴ Zulfan Efendi, *Budaya pop Dan Persaingandentitas (Studi Deskriptif Pada Komunitas Anime Attack On Titan)*. Skripsi (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021) 24

dengan empat fitrah (dorongan) yang menjadi potensi bagi pengembangan budaya¹⁵. Dari keempat dorongan itu manusia mampu menciptakan budaya sebagai pengejawantahan dari cipta, rasa, dan karsa.

Berdasarkan potensi yang ada pada manusia tersebut, pembentukan budaya dapat dibagi menjadi empat fase, yaitu:

- a. *Fase Instinctive* di mana dorongan pembentukan budaya itu semata-mata timbul dari naluri.
- b. Fase Inderawi pembentukan budaya yang didorong oleh hasil penginderaan manusia pada alam sekitar
- c. fase Akal di mana manusia membentuk budayanya dengan jalan menggunakan kekuatan pikirannya serta imajinasinya, sehingga mampu menciptakan budaya
- d. Fase Religi bimbingan wahyu, intuisi atau bisikan yang dirasakan datangnya dari Maha Pencipta, sehingga memberikan dorongan-dorongan bagi manusia untuk melengkapi hasil budayanya dengan nilai-nilai keagamaan.

Seiring perkembangan teknologi komunikasi, budaya yang kita kenal yang keberadaannya berasal dari nilai-nilai mendasar dalam sebuah kebudayaan, mengalami pergeseran. Seperangkat nilai berupa kearifan lokal dari budaya yang diwariskan secara turun temurun atau sering disebut sebagai budaya tinggi (*adiluhung*) mulai mendapatkan budaya-tandingan (*counter culture*). Suatu

¹⁵ Suranto, Julianto, proses terbentuknya budaya dan tradisi, 2012
<http://suranto-antasura.blogspot.com/2012/12/proses-terbentuknya-budaya-dan-tradisi.html>

budaya yang bisa dikatakan lahir karena faktor diluar sistem kebudayaan yang wajar. Itulah budaya populer /budaya massa, yang diartikan oleh McDonald (dalam Strinati, 2007:18) sebagai sebuah kekuatan dinamis, yang menghancurkan batasan kuno, tradisi, selera dan mengaburkan segala macam perbedaan¹⁶.

B. Budaya populer

1. Definisi Budaya populer

Gaya hidup yang terkenal adalah *fashion*, ide atau pandangan, dan sikap yang benar-benar berbeda dari budaya arus utama (gaya hidup tinggi). Secara etimologis, istilah budaya populer (*cultural popular*) berasal dari bahasa Spanyol dan Portugis, yang artinya adalah suatu bagian dari gaya hidup yang bersumber dari manusia. Berdasarkan perspektif bahasa dan budaya latin, budaya populer lebih mengarah pada adanya pemikiran tentang pengembangan subkultur dari kreativitas manusia sehari-hari dalam masyarakat.

Istilah penyebutan budaya populer dalam sejarahnya muncul pertama kali pada awal abad ke-19 dengan bertumpu pada aspek pendidikan dan "*culturedness*" pada masyarakat kalangan kelas bawah. Budaya pop bersifat kontemporer, dimana budaya ini bisa berubah sewaktu-waktu dan muncul secara unik di berbagai tempat dan waktu

¹⁶ Farid Hamid, *Media Dan Budaya populer* , (Jakarta: Universitas Mercubuana) 3

yang berlainan, mengikuti perkembangan zaman, serta eksistensinya sedang berkembang baik di masyarakat.¹⁷

Budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media. Artinya, jika media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Populer yang kita bicarakan disini tidak terlepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap publik yang bertindak sebagai konsumen¹⁸.

Pada awal perkembangannya di Eropa, budaya populer semakin dimaknai sebagai budaya yang melekat pada gaya hidup masyarakat dalam kelas sosial yang lebih rendah, yang menjadi pembeda dari subkultur pada elit-elit tertentu. Demikian pula, budaya populer juga sering diidentikkan dengan periode waktu “*mass culture*” atau gaya hidup budaya massa, yang diciptakan dan dicintai secara massal. Keberadaan tradisi masyhur sendiri merupakan bentuk perlawanan terhadap tatanan mapan nilai-nilai budaya yang berlebihan, yakni budaya yang dihasilkan oleh kaum intelektual. Namun kini Budaya populer sudah tidak lagi dianggap sebagai budaya rendahan karena kaum intelektual pun telah terparap oleh produk budaya populer¹⁹.

¹⁷ Dosensosiologi, *Pengertian Budaya populer , Ciri, Proses, Macam, Dan Contohnya*, Dosensosiologi.Com, 2021

<https://dosensosiologi.com/budaya-populer/>

¹⁸ Rizky Ramanda Gustam, “ *Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan*”, *Ejournal Ilmu Komunikasi*, No. 3 (2015): 232-233

¹⁹ Derry Mayendra, *Budaya populer* , Jakarta Pusat: Universitas Gunadama, 2021

<https://derrymayendra.blogspot.com/2011/10/budaya-populer.html>

Seperti hasil penelitian yang sudah jelaskan oleh Sinung Utami Hasri Habsari dari Universitas Pandanaran Semarang, dalam jurnalnya yang berjudul “*Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya populer*” menyatakan bahwa Budaya populer dengan cepat mempengaruhi masyarakat termasuk gaya hidup. Berbagai *trend fashion* hijab dan busana muslim yang berkembang pesat berpengaruh pada gaya busana dan gaya hidup perempuan muslim untuk selalu tampil modis dan stylish²⁰

2. Sejarah Munculnya Budaya Populer

Lahirnya Budaya populer sebenarnya telah melalui sebuah proses sejarah yang panjang. Merujuk Leo Lowenthal seorang tokoh Mahzab Frankfurt generasi kedua yang dikutip Dominic Strinati dalam bukunya *An Introduction to Theories of Popular Culture* (1995), sejarah budaya massa dan Budaya populer setidaknya dapat dilacak semenjak era “Roti dan Sirkus” dalam masa kekaisaran Romawi. Budaya massa dan Budaya populer pada saat itu muncul dalam bentuk berbagai permainan, olahraga dan pesta rakyat yang diselenggarakan setiap tahun untuk seluruh penduduk Roma. Budaya tersebut bersifat massal dan populer karena tidak hanya terbatas bagi kalangan keluarga kekaisaran Romawi.

Budaya populer kemudian semakin berkembang dengan awal kebangkitan era ekonomi pasar pada abad ke-17 M. Dalam kurun ini, Budaya populer telah menjadi bagian ekonomi politik kapitalisme yang

²⁰ Sinung Utami Hasri Habsari, “*Fashion Hijab dalam Kajian Budaya populer*”, Jurnal Ppkm Ii (2015) 128

dituntun oleh prinsip kemajuan, keuntungan dan perluasan produksi. Prinsip-prinsip seperti *mass production* (produksi massal), *minimization of cost* (pembiayaan yang rendah), *standarization* (standarisasi), *homogenization of taste* (penyeragaman selera dan cita rasa), *differenziation* (diferensiasi) dan *constan acceleration* (percepatan konstan) menjadi hukum baru proses produksi (Ibrahim, 1997: 19). Dengan prinsip-prinsip ini kemudian Budaya populer seolah memperoleh pembenaran untuk hidup dan berkembang.

Segala sesuatu disulap menjadi Budaya populer demi tujuan memperbesar keuntungan. Dalam pengertian ini, budaya massa dipahami sebagai Budaya populer yang diproduksi melalui teknik produksi massal dan diproduksi demi keuntungan. Budaya massa adalah budaya komersial, produk massal untuk pasar massal. Budaya massa, dengan demikian tidak lain dari metamorfosa komoditi dalam bentuknya yang lebih canggih, lebih halus dan lebih memikat²¹.

Demokrasi dianggap sebagai pendorong merebaknya budaya massa dan Budaya populer. Demokrasi dipandang berjasa dalam merobohkan hierarki tradisional mengenai kelas, citarasa dan budaya dengan memberi tempat kepada massa untuk menentukan keputusan-keputusan politik. Sementara lewat pendidikan, semakin banyak anggota masyarakat yang

²¹ Duryantin Amal, “*Budaya popdan media massa*”, Skripsi (Sukarta: Universitas Sebelas Maret, 2011) 10

memiliki kemampuan baca tulis untuk mendapat lebih banyak informasi tanpa harus tergantung kepada lembaga-lembaga tradisional²².

3. Ciri- Ciri Budaya Populer

Budaya populer dapat diartikan sebagai budaya yang sedang tren dan digandrungi oleh sebagian besar masyarakat dunia. Budaya tersebut sengaja dibuat agar dapat dikonsumsi, diminati, dan dinikmati oleh semua kalangan. Budaya populer memiliki ciri-ciri sebagai berikut²³:

1. Tren

Adanya tren dan minat publik yang tinggi. Budaya populer bersifat pervasive yaitu ada dan terjadi dimana-mana. Saat ini masyarakat lebih menyukai hal-hal yang bersifat instan, praktis, dan mudah diperoleh.

Misalnya, musik pop dapat digemari dan diminati oleh masyarakat luas. Hal ini dikarenakan adanya peran media massa dan media sosial yang mempermudah masyarakat untuk mendapatkan dan menikmatinya.

²² Duryanti Amal, 15

²³ Eva Yuniarti, *Kenali Ciri-ciri Budaya populer Beserta Penjelasannya*
<https://haloedukasi.com/ciri-ciri-budaya-populer>

2. Bersifat Momentum

Budaya populer bersifat momentum atau tidak bertahan lama. Produk budaya yang sedang digemari saat ini suatu saat akan tenggelam dan dilupakan seiring dengan berjalannya waktu.

3. *Profitabilitas*

Salah satu ciri budaya populer yaitu mengandung unsur profit (keuntungan) yang besar dan cenderung mengabaikan kualitas. Banyak berbagai jenis komoditas yang diproduksi dalam jumlah banyak tapi mengesampingkan mutu produk.

4. *Adaptabilitas*

Suatu bentuk budaya populer dapat dengan mudah diadaptasi, diingat, dimengerti, dan disukai oleh berbagai kalangan dalam masyarakat. Hal ini menjadi salah satu indikator sebuah karya menjadi mode atau tren.

5. Keseragaman Bentuk

Faktor yang menyebabkan budaya populer memiliki bentuk yang seragam atau sama dikarenakan adanya unsur imitasi dalam penciptaannya. Suatu produk budaya (karya) yang sedang tren akan diikuti, ditiru, dan kemudian dijiplak oleh orang lain. Sebuah karya dapat menjadi pionir yang menginspirasi orang lain untuk menciptakan karya serupa²⁴.

C. Budaya Populer Di Indonesia

²⁴ aletheia Rabbani, definisi budaya populer , proses, ciri, jenis, contoh, dampak dan perkembangannya di Indonesia, 2022
<https://www.sosial79.com/2020/05/definisi-budaya-populer-proses-ciri.html>

Globalisasi serta kemajuan teknologi dan komunikasi merupakan hal utama yang menyebabkan budaya populer dapat berkembang di Indonesia. Masyarakat Indonesia di sini bisa dikatakan sebagai konsumen yang terkena dampak dari dua hal tersebut, pada kenyataannya banyak masyarakat yang sudah berubah dari dulu yang bersifat tradisional sekarang sudah menjadi modern. Tidak bisa dipungkiri bahwa Indonesia sendiri sudah terkena oleh Budaya populer, bahkan masyarakat Indonesia sudah banyak yang mengakses media massa dengan mudah.

Masyarakat Indonesia dalam hal ini mereka melihat tayangan-tayangan yang diberikan oleh media massa, dengan tidak sengaja mereka akan terbawa oleh arus Budaya populer tersebut. Dengan hal ini Budaya populer masuk dan berkembang cepat di Indonesia, sekarang masyarakat menjadi mengikuti budaya-budaya yang berasal dari luar yang secara sengaja diberikan oleh pihak media untuk mendapatkan keuntungan dari tayangannya. Budaya populer yang ada di Indonesia sangatlah banyak dan berganti-ganti seiring berubahnya waktu dan dari pengaruh media massa sendiri yang menentukan budaya apa yang akan diberikan terhadap masyarakat Indonesia²⁵. Contohnya adalah apa yang ada di sekitar lingkungan kita sendiri, yaitu lingkungan akademisi atau mahasiswa dan lainnya. Ada banyak contohnya yaitu dari segi gaya berpakaian, gaya hidup, cara berbicara, cara berpenampilan, dan dalam kehidupan sehari-hari.

²⁵ Aletheia Rabbani, *definisi Budaya populer, proses, ciri, jenis, contoh, dampak dan perkembangannya di Indoensia*, Jakarta: Sosial79, 2020
<https://sosial79.com/2020/05/definisi-budaya-populer-proses-ciri.html>

Berdasarkan hasil penelitian dari Olivia M. Kaparang dalam jurnalnya yang berjudul *Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi* menyatakan bahwa budaya pop Korea sangat terlihat mulai mendominasi remaja SMA Negeri 9 Manado. Hal ini membuktikan bahwa telah terjadi pergeseran budaya dan hal tersebut perlu ditindaklanjuti dari sekarang Para remaja di Indonesia terlebih khusus pada siswa SMAN 9, Manado mengimitasi budaya pop Korea yang saat ini sangat populer dalam kalangan masyarakat. Budaya pop Korea yang diimitasi lebih kearah *fashion* Korea. Mereka tanpa ragu berpakaian layaknya remaja Korea atau artis-artis Korea di dalam keseharian mereka. Proses perkembangan dan pengimitasian mereka terhadap budaya pop Korea semakin meningkat sejalan dengan perkembangan teknologi dan informasi melalui media massa.²⁶

Kalangan generasi muda sekarang sudah banyak pilihan untuk menentukan *style* mereka sendiri-sendiri yang sesuai *fashion* mereka. Mereka dapat menirukan apa yang sedang *trend* di Indonesia yang berkiblat pada budaya lain. Contohnya: celana *jeans*, model baju yang beragam, gaya rambut, pewarna rambut, dan barang apa yang akan mereka bawa seperti halnya tas dan aksesoris lainnya yang sedang *trend*. Kemudian dari gaya mereka berbicara, budaya yang ada sekarang generasi muda sudah tidak menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Dalam kehidupan

²⁶ Olivia m. Kaparang, "*Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi(Studi pada siswa SMA Negeri 9, Manado)*" Journal "Acta Diurna" Vol.II No.2 (2013) 13

sehari-hari mereka dalam berbicara justru menggunakan bahasa gaul yang mereka ciptakan sendiri yang tidak ada dikamus bahasa Indonesia.

Dalam hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ilona V. Oisina Situmeang dalam jurnalnya yang berjudul *Pemanfaatan Media Massa Terhadap Hallyu Sebagai Budaya populer Dan Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta Utara)* Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Budaya korea masuk ke Indonesia dan berkembang pesat karena didukung oleh peran dari media baik media cetak maupun media elektronik. Setiap individu memiliki media yang berbeda-beda dalam memperoleh informasi terhadap budaya Korea, sesuai dengan teori Uses and Gratifications.

Namun media internet merupakan media yang paling efektif untuk mendapatkan informasi yang beragam dari budaya Korea. Untuk mendapatkan informasi tentang *life style* melalui Instagram dan untuk memperoleh informasi tentang musiknya bisa Youtube, tentang jadwal konser dan lain sebagainya diperoleh dari Google, sedangkan media televisi, TV berlangganan dan majalah Korea untuk mendapatkan informasi tambahan terhadap budaya Korea²⁷. Setiap individu yang terkena dampak dari fenomena ini tidak selamanya berdampak positif namun ada juga yang berdampak negatif.

Jadi dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa media sosial sangat memegang peranan yang sangat penting terhadap penyebaran Budaya populer

²⁷ Ilona V. Oisina Situmeang, *Pemanfaatan Media Massa Terhadap Hallyu Sebagai Budaya populer Dan Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta Utara)*. Jurnal Komunikologi Volume 12 Nomor 1, (2015) 10

. Media mampu menjalankan perannya sebagai wadah untuk menyebarluaskan informasi dan hiburan kepada khalayak serta memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan.

D. Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Boyd dalam artikel Astari Clara Sari *et all*, *Komunikasi Dan Media Sosial* menyatakan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa²⁸.

Media sosial pertama kali ditemukan sejak dibuatnya GeoCities. GeoCities adalah aplikasi media sosial berbasis web yang dibuat tahun 1994 yang mengembangkan layanan website hosting di mana pengguna dapat membuat dan mempublikasikan situs web sesuai kreasi pengguna.²⁹

Setiap Tahunnya peningkatan dan penggunaan internet secara global di dunia baru semakin meningkat. Hal itu tidak terlepas dari hak akses internet yang semakin murah dan menyebar ke pelosok daerah serta biaya

²⁸ Astari Clara Sari *et all*, *Komunikasi Dan Media Sosial*, makasar: Fakultas Sastra, Universitas Muslim Indonesia, 2018

²⁹Gamal Thabroni, *Media Sosial – Pengertian, Sejarah, Contoh & Dampak*, Serupa.Id, 2022
<https://Serupa.Id/Media-Sosial-Pengertian-Sejarah-Contoh-Dampak/>

akses yang semakin murah untuk mengaplikasikan internet secara total pada hasil Survei Literasi virtual nasional tahun 2020. salah satu implikasi dari hal tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial yang semakin hari semakin meningkat. secara luas dan biasanya digunakan oleh manusia.

Media sosial merupakan bagian dari media komunikasi. Chris Brogan dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online* yang terbit pada tahun 2011 mendefinisikan media sosial sebagai suatu perangkat alat komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa. Berbeda dengan media konvensional seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi, dimana interaksi yang terjadi sifatnya sangat terbatas serta sulit untuk melibatkan interaksi dalam jumlah yang cukup masif³⁰.

Ada beberapa karakteristik dari media sosial menurut Nasrullah (2015:16) yakni:

- a. Jaringan (*network*), adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya.
- b. Informasi (*informations*), menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan.

³⁰ KemenkeuRI, *Media sosial sebagai alat komunikasi dan Informasi organisasi yang efektif*.
<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html>

- c. Arsip (*archive*), bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
- d. Interaksi (*interactivity*), media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.
- e. Simulasi sosial (*simulation of society*), media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual.
- f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*). Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi³¹.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet Indonesia terus meningkat setiap tahunnya ada 210,03 Juta pengguna internet didalam negeri pada periode 2021-2022. jumlah itu meningkat 6,78% dibanding pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%. Melihat usianya, tingkat penetrasi internet paling tinggi dikelompok usia 13-18 tahun, yakni 99,16%. Posisi kedua ditempat

³¹ Senikomunikasi, Pengertian Media Sosial dan Jenis-Jenisnya, 2022
<https://senikomunikasi.com/pengertian-media-sosial-dan-jenis-jenisnya/>

oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. Tingkat penetrasi internet direntang usia 35-54 tahun sebesar 87,30%. Sedangkan, tingkat penetrasi internet dikelompok umur 5-12 tahun dan 55 tahun keatas masing-masing sebesar 62,43% dan 51,73%³².

Media sosial menjadi sumber rujukan berbagai informasi mulai dari gaya hidup, gaya *fashion*, bisnis dan perekonomian, serta berbagai informasi lain untuk mengetahui tentang *trend* baru. salah satu kegunaan media sosial adalah untuk mencari referensi *trend* masa kini, yang paling populer adalah *trend fashion*, baik pakaian yang sedang tren maupun gaya muslimah. Perkembangan *fashion style* tidak terlepas dari peran para *influencer* yang saat ini semakin banyak di media sosial.

2. Media Sosial Sebagai Representasi Budaya Populer

Penjelasan media sosial sebagai ilustrasi budaya pop mengacu pada sebuah informasi bahwa masyarakat yang terus berubah ini akan tetap menghasilkan budaya pop. Media biasanya menyerap budaya populer demi materi dan bentuk konten. Subkultur ini tercermin dalam media dan bahkan seringkali ditampilkan dalam bentuk yang telah disesuaikan oleh manusia itu sendiri. Ciri utama dari cara hidup ini adalah *orisinalitasnya* yang spontan, gaya hidupnya yang bertahan dalam kehidupan sosial dengan perilakunya yang beragam dalam bentuk bahasa, pakaian, lagu, ritual, dan sebagainya.

³² Website Resmi APJII

Media massa yang telah tumbuh menjadi industri tidak hanya memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, tetapi mengikuti standar dan logika yang hidup dalam industri budaya kapitalisme. Ia tidak hanya memoles produk budaya, tapi dengan produk budaya itu lantas mengonstruksi selera, cita rasa, dan bawah sadar khalayak. Sebagai *out put* nya, media yang penting adalah kebudayaan pop. Budaya populer adalah budaya massa yang dihasilkan oleh industri budaya, yang mengamankan stabilitas maupun kesinambungan³³.

E. Instagram

1. Pengertian Instagram

Menurut Atmoko, Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik instagram sendiri³⁴

Instagram adalah media sosial yang lahir dari sebuah perusahaan yaitu Burbn, Inc. Perusahaan itu berdiri pada 6 Oktober 2010 dan didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Saat ini, mereka berdua menjadi CEO Instagram³⁵.

³³ Prima Ayu Rizqi Maharani, “ *Sosial Media, Public Space, And Culture Pop*”, IAIN Kediri, Vol. 3 No. 1 (2018) 23

³⁴ Anwar Sidiq, pemanfaatan instagram sebagai media sosial (study akun @fuadbakh). Skripsi Dakwah dan Ilmu Komunikasi. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung , 2017) 18

³⁵ Muhammad Farid Fanani, *Instagram Adalah Media Sosial Berbasis Foto Dan Video, Pahami Fungsi Dan Fiturnya*, Sumut: Merdeka.Com, 2022
<https://www.Merdeka.Com/Sumut/Instagram-Adalah-Media-Sosial-Berbasis-Foto-Dan-Video-Simak-Penjelasan-Kln.Html>

Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Menurut data *We Are Social*, pengguna aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022. Dengan total pengguna aktif bulanan Instagram Indonesia yang mencapai 99,9 juta pengguna, Indonesia menempati peringkat keempat di bawah India, Amerika Serikat, dan Brasil. Bila mengacu pada jumlah penduduk Indonesia hingga pertengahan 2022 yang mencapai 275,77 juta jiwa, artinya lebih dari sepertiga populasi penduduk Indonesia aktif menggunakan Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram masih menjadi salah satu platform media sosial paling populer saat ini³⁶.

Sebagai salah satu media sosial populer, Instagram menghadirkan rangkaian kemampuan yang sangat berguna dan dapat diakses oleh semua orang tanpa memandang usia. Instagram telah menjadi fenomena tersendiri di kalangan pengguna media sosial, khususnya para remaja. Meski banyak media sosial lainnya yang sering digunakan, Instagram sendiri juga tak kalah terkenal karena Instagram merupakan salah satu media sosial pertama yang mengusung dalam hal *import* dan berbagi foto.

Alasan mengapa Instagram berhasil meraih kepopulerannya tak lain karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung narsis. Dimanapun dan kapanpun kita dapat berfoto lalu menguploadnya di

³⁶Monavia Ayu Rizaty, *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat Di Dunia*, 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>

Instagram. Dan bukan hanya foto pribadi, foto makanan, tempat-tempat umum yang biasanya memiliki daya tarik tidak pernah lepas menjadi sasaran pengguna Instagram untuk difoto.

Karena kebiasaan yang berubah ini pula, para pemilik bisnis menjadikan Instagram menjadi salah satu platform yang wajib digunakan untuk mempromosikan bisnis mereka. Dan tak luput pada industri *fashion*. Instagram dianggap memiliki peran penting dalam mengenalkan *brand-brand* baru mereka. Seperti pada saat New York *Fashion week fall/winter* 2013, Instagram menjadi media yang turut berperan dalam mengenalkan rancangan-rancangan desainer yang ikut serta dalam ajang tahunan bergengsi itu³⁷.

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Berikut peneliti sajikan gambar perubahan-perubahan ikon instagram dari tahun 2010 sampai dengan sekarang.

³⁷ Fitria Listie Suryani Dan Ch. Heni Dwi Suwarti, *Instagram Dan Fashion Remaja*, Surakarta: Fisip Universitas Sebelas Maret (2014)



Sumber: wiki.pedia

Gambar 2.1 diatas merupakan perubahan Icon Aplikasi Instagram dari Tahun 2010 sampai Sekarang. Pada tanggal 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon aplikasi sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien³⁸

Dalam kaitannya dengan penelitian ini maka media sosial instagram mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh penggunanya sebagai sarana untuk mengakases informasi dan juga perkembangan gaya hidup. Apa lagi seperti *life style* yang sudah berkembang dikalangan remaja atau mahasiswa.

2. Fitur-fitur di Instagram

Instagram menjadi salah satu *platform* sosial media yang paling banyak digunakan oleh penduduk Indonesia, di mana 84,8% dari

³⁸ Ikhsan Tila Mahendra, “Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi”. Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017) 37

pengguna internet berumur 16 – 64 tahun telah menggunakan Instagram.

Adapun fitur-fitur yang ada di instagram yaitu³⁹:

a. Instagram Stori



Salah satu fitur Instagram tercanggih yang ditawarkan oleh Instagram adalah durasi story Instagram yang diperpanjang hingga 60 detik.

b. Instagram *nametag*



Nametag adalah kartu identitas virtual sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan profil Instagram orang lain dengan cara memindainya.

c. Pin *Feed*



Dengan menggunakan umpan pin ini, Anda dapat menyematkan iklan yang Anda inginkan di bagian atas daftar. Tujuannya agar *feed* bisa mendapatkan lebih banyak *engagement*.

d. Instagram highlight

³⁹ Dewaweb Team, *10 Fitur Instagram Yang Dapat Membantu Memasarkan Produk*, Jakarta: Dewaweb, 2022
<https://www.dewaweb.com/blog/fitur-instagram/>



Pada 2017, Instagram merilis fitur baru bernama *highlight*.

Gaya hidup dari opsi ini bermanfaat untuk memungkinkan pengguna menyimpan cerita Instagram tanpa batasan waktu. Fitur ini dapat digunakan sebagai cara untuk menjual *merchandise* dengan menampilkan opini produk, efek *endorsement*, dan promo yang diberikan.

e. Instagram *Shopping*



Selain memudahkan para penjual, Instagram *shopping* juga bisa memberi kemudahan pelanggan berbelanja tanpa harus pindah aplikasi. Instagram *shopping* ini dapat diakses melalui halaman *explore* yang ada di aplikasi Instagram.

f. Instagram *Live*



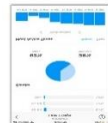
Adanya fitur live Instagram ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk menarik banyak perhatian dan *engagement* yang kuat. Dengan begitu, tercipta interaksi dua arah, sehingga audiens yang dituju dapat memberikan pertanyaan, kritik, dan petunjuk selama acara berlangsung sehingga logo yang menjaga Instagram *stay* dapat merespon secara *real time*.

g. Musik di *feed*



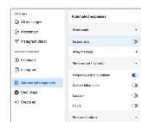
fitur ini memungkinkan pengguna untuk membuat umpan yang diamati melalui lagu tambahan dari direktori Instagram. Pelanggan Instagram dapat mengunggah lagu atau audio ke *feed* mereka dengan jangka waktu maksimal 90 detik atau 1,5 menit

h. *Insight*



Insight adalah alat Instagram yang menawarkan statistik tentang penggemar dan konten yang paling mereka minati. Melalui penggunaan *insight*, Anda dapat lebih mengenal target pasar Anda, sehingga Anda dapat membuat konten yang dapat menuai keinginan bisnis.

i. *Auto replay DM*



Auto reply DM adalah fitur Instagram yang mampu membalas pesan secara robotik pada Direct Message (DM) di Instagram. Biasanya opsi ini bisa disiapkan dengan bot Instagram, sehingga setiap pesan DM yang masuk akan direspon secara rutin.

j. *Hashtag*



Hashtag Instagram adalah kumpulan huruf, angka, dan emoji yang dimulai dengan simbol tagar. Hashtag itu sendiri dapat diklik, jadi setiap orang yang mengklik akan melihat halaman web dengan postingan yang diberi tag dengan hashtag tersebut⁴⁰.

F. Sejarah Singkat Perkembangan *Fashion* Di Indonesia

Bicara mengenai perkembangan *fashion* sama saja dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang. Pengertian *Fashion* sendiri berawal dari bahasa Inggris yang artinya adalah cara, kebiasaan atau mode. Istilah *fashion* atau mode sebenarnya telah ada sejak manusia pertama kali menggunakan kulit hewan untuk menutupi tubuhnya. Setelah beberapa waktu, manusia mulai menggunakan pakaian sebagai media komunikasi, bukan hanya pelindung atau penghangat tubuh saja. Pada zaman Renaissance di Eropa, pakaian merupakan bentuk seni tingkat tinggi dan simbol status. Korset yang rumit, pakaian yang ketat, dan sepatu berhak tinggi dengan jelas dapat menggambarkan status sosial pemakainya⁴¹.

Menurut *The Contemporary English Indonesian Dictionary of English Language* oleh Houghton Mifflin Company di Amerika pada tahun 2004, bahwa *fashion* diartikan sebagai gaya atau kebiasaan misalnya dalam berperilaku atau berpakaian. Sesuatu seperti pakaian yang merupakan gaya

⁴⁰ Dewawebteam, *10 Fitur Instagram yang Dapat Membantu Memasarkan Produk*, 2022. <https://www.dewaweb.com/blog/fitur-instagram/>

⁴¹ Baruna Tyaswara, *Et All* "Pemakaian Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung" *Jurnal Komunikasi*, Volume VIII No. 3 (2017) 294

pada zaman sekarang. Sesuatu yang bersifat pribadi seringkali berkenaan dengan tabiat seseorang, yaitu mengenai jenis, macam, bentuk, wujud dan lainnya⁴²

Fashion sebagai ekspresi diri memberikan implikasi bagi penggunaan *fashion* dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain. Ciri dan identitas pribadi menjadi sesuatu yang sangat penting untuk ditunjukkan ketika kita hidup dalam masyarakat, dimana individualitas menjadi tolak ukur penilaian dalam sebuah hubungan maupun interaksi⁴³. Karena *fashion* bisa mengekspresikan sesuatu yang tidak terucap secara verbal, maka *fashion* juga seringkali digunakan untuk menunjukkan identitas personal dari individu yang bersangkutan. Hanya dengan mengenakan jenis pakaian tertentu maka, orang lain akan bisa menilai kepribadian dan citra dirinya.

Perkembangan *fashion* dapat berubah dari waktu ke waktu mengikuti zaman yang berkembang. Proses perubahan busana terkadang mengalami istilah *out of fashion* atau ketinggalan zaman. Dengan terjadinya perubahan busana ini yang *out of fashion* pada suatu saat nanti akan muncul kembali dengan modifikasi. *Trend* busana hanya berputar dengan disertai modifikasi-modifikasi yang baru⁴⁴

⁴² Lailiya Sudarto, Mufidatul, “*Implikasi Trend Fashion Terhadap Prilaku Sosial Calon Pendidik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Profram Studi Pendidikan Agama Islam Iain Kediri)*.” Thesis, (Kediri: IAIN Kediri, 2020) 54

⁴³ Tri Yulia Trisnawati, “*Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikas*” The Messenger Volume Iii, No. 1, (2011) 37

⁴⁴ Feby Febriyadi Nur Rizka, “*Fashion Thrifting Sebagai Budaya populer Di Kalangan Mahasiswa*”. Skripsi (Bandung: FISIP UNPAS, 2022) 47

Perkembangan dunia *fashion* yang mengambil bagian di Indonesia telah berlangsung lama dalam beberapa tahun terakhir. Hal itu didukung dengan hadirnya desainer lokal yang memiliki kemampuan lebih, tingkat ekonomi yang meningkat, sehingga kawasan retail yang telah berpartisipasi memiliki keterampilan yang cukup booming dalam pembangunan.

Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) memegang peran penting dalam perkembangan dunia *fashion*. Mempunyai program tahunan setiap tahunnya, yaitu *Fashion Tendance* yang diadakan sejak tahun 1993 hingga saat ini masih terus menjadi suatu acara festival tersendiri. Di acara tersebut, menampilkan sebuah *fashion* show dimana menampilkan prediksi *trend fashion* di tahun yang akan datang⁴⁵.

1. *Fashion* Era 1950-an

Pada era 50-an di Indonesia, masyarakat kelas menengah ke atas sudah mulai mengenal gaya. gaya pada saat itu masih didorong oleh pola Eropa. Gaya busana manusia di tahun 50-an dikuasai oleh pakaian yang dibuat dari bahan sintetis. mulai dari nilon, dacron, orlon, dan lain-lain. *Fashion* pakaian manusia pada tahun itu juga identik dengan gaya urban yang berpadu dengan Budaya populer

2. *Fashion* Tahun 1960-an

Pada tahun 1960 peningkatan gaya di Indonesia. Gaya berbusana tahun 60-an berubah menjadi tipikal gaya berbusana dengan kesan minimalis (*simple*). *Fashion* bergaya minimalis (*simple*) yang umum di

⁴⁵ Admin Kamibijak.com flash, *Trend Fashion* dari Masa ke Masa di Indonesia, 2021
<https://www.kamibijak.com/v/trend-fashion-dari-masa-ke-masa-di-indonesia>

kalangan anak muda dengan legging, print dress, menjadi *trend* yang cukup terkenal saat itu

3. *Fashion* Tahun 1970-an

Pada generasi 1970-an Indonesia terkenal dengan blouse lengan panjang dan celana cut-bray, pakaian serba gelap dengan *bold punk-fashion* karena pada saat itu sebagian masyarakat Indonesia masih terinspirasi oleh band-band dari barat termasuk *The Beatles, Led Zeppelin, Rolling Stones* dan masih banyak lagi.

4. *Fashion* tahun 1980

Pada tahun 1980-an, banyak dari mereka yang membuat tren rambut baru, seperti gaya kribo Ahmad Albar atau gaya bob Desi Ratnasari, dan untuk pakaiannya banyak yang memakai kemeja dan denim sehari-hari. *Fashion* berbusana dengan busana yang rapi dan minimalis telah menjadi mode di tahun 1980-an.

5. *fashion* pada tahun 90an

Ditahun 1990an, *fashion* di indonesia bisa dibilang mengulang *fashion* tahun 1960-1970an, karena pada tahun 90an kebanyakan dari mereka memakai kemeja di pinggang yang diikatkan dipinggang, bandana, dan *snapback Raiders*, ala anak muda.

6. *Fashion* tahun 2000an

Ditahun 2000an di Indonesia kebanyakan memakai baju olahraga, rok plante, kaos balita, crop top dan masih banyak lagi yang lainnya. Bisa

dibilang tahun 2000 di Indonesia menjadi sangat keren dan keren karena sangat variatif.

7. gaya di tahun 2020

Pada tahun 2020 terjadi wabah karena Covid-19 dan oleh karena itu penggunaan masker sudah menjadi gaya masyarakat sekitar dengan pakaian yang *simple* atau minimalis dengan gaya casual yang mungkin sangat terkenal dikalangan masyarakat indonesia⁴⁶.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi *fashion* di tanah air yakni media massa, dunia entertainment, internet, bisnis dan musik.

1. Media Massa

Setiap orang tidak bisa menghindari dampak dari pengaruh media massa, termasuk dalam menyebarkan perkembangan *fashion* terkini. Dengan adanya media massa, *fashion* di seluruh dunia dapat *terupdate* dengan mudah sehingga *trend* yang berkembang dapat diikuti. Media massa bertugas mensosialisasikan *fashion* kepada masyarakat, contohnya *fashion* barat yang saat ini banyak mempengaruhi anak muda Indonesia.

2. Dunia Entertainment

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perkembangan *fashion* di Indonesia adalah dunia hiburan. Selebriti selalu tampil di banyak media dan menjadi idola serta terus berganti mode mengikuti *trend fashion*

⁴⁶ Annora, *Sejarah Mengenai Perkembangan Fashion di Indonesia pada Tahun 1950-2022*, 2022.
https://www.kompasiana.com/annora69997/6345f34d08a8b50d922d0422/sejarah-mengenai-perkembangan-fashion-di-indonesia-pada-tahun-1950-2022?page=1&page_images=1

saat ini. Hal ini menyebabkan masyarakat mengikuti tren *fashion* para selebriti. Ini seperti sudah menjadi hukum alam dimana idol yang mengikuti tren *fashion* tertentu akan menjadi *trendsetter* dan diikuti oleh para penggemarnya.

3. Media Internet

Tanda sadar akan media internet juga menjadi salah satu faktor tersebarnya *trend fashion* khususnya saat ini. Informasi tentang *trend fashion* terkini akan lebih cepat menyebar di masyarakat melalui internet. Selain itu, penyedia baju online juga turut andil dalam menyediakan banyak baju yang selalu mengikuti *trend fashion*. Dengan begitu, mau tidak mau publik juga akan mengikuti tren *fashion* terkini.

4. Dunia Bisnis

Dunia bisnis juga menjadi faktor berkembangnya tren *fashion*, termasuk di dalam negeri. Peralnya, permintaan di pasar terkait tren *fashion* juga semakin meningkat. Untuk mendapatkan keuntungan, para penjual pun berlomba-lomba memanfaatkan *trend fashion* untuk menarik pembeli. Dengan menambahkan imajinasi pada desain baju, *trend fashion* tentu bisa berkembang luas.

5. Dunia Musik

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi dunia *fashion* adalah Dunia hiburan. Seperti saat ini, musik internasional sedang dilanda wabah *boy band* dan *girl band*. *Boyband* dan *girlband* kini mengikuti perkembangan gaya dari Jepang dan Korea. Dengan begitu, suka atau

tidak, pecinta juga mengamati perkembangan *fashion* idolanya masing-masing. Sekarang ini bisa dilihat banyak busana yang menyerupai *style* dari orang Jepang dan Korea. Ini bisa terjadi karena kemunculan *boyband* dan *girlband* di dunia musik tanah air⁴⁷.

⁴⁷ Maressa Anastasya, *Sejarah, Fungsi, Manfaat, Ciri, Contoh, Perkembangan Dan Tipe Gaya*. 2021
<https://adammuiz.com/pengertian-fashion/>

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian lapangan (*field research*), artinya akan menjabarkan tentang “Peran Budaya populer Di Media Sosial Instagram Dalam Perkembangan *Fashion* Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup)”. Metode deskriptif adalah melakukan analisis hanya pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dapat dipahami dan disimpulkan⁴⁸.

Menurut Denzin & Lincoln penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan latar belakang alamiah dengan maksud untuk menjelaskan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan cara melibatkan metode penelitian lainnya. Metode ini biasanya digunakan seseorang ketika akan meneliti terkait dengan masalah sosial dan budaya. Menurut Sugiyono mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang masih alamiah (*natural setting*)⁴⁹.

Pada penelitian ini penulis menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis tentang “Peran Budaya populer Di Media Sosial Instagram Dalam

⁴⁸ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelaja, 2012) 6

⁴⁹ Humas Univ Makasar, *Metode Penelitian Kualitatif Dengan Jenis Pendekatan Studi Kasus*, 2016
<https://Penalaran-Unm.Org/Metode-Penelitian-Kualitatif-Dengan-Jenis-Pendekatan-Studi-Kasus/>

Perkembangan *Fashion* Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup)”.
Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup)”.

Jadi penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini dilakukan langsung dengan konteks langsung kenyataan lapangan.⁵⁰ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu baik pengamatan langsung maupun pengamatan secara online, wawancara dan penelaahan dokumen.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian melakukan penelitian dalam rangka mendapatkan data yang sebenarnya tentang fenomena yang akan diteliti⁵¹. Penelitian ini dilakukan pada akun instagram milik informan yang mana informan ini merupakan orang-orang yang mengikuti trend *fashion* yang dibawa oleh budaya luar dengan pemanfaatan media sosial Instagram

⁵⁰Lestari, Zaskia, Lukman Asha, and Bursa Febriyani. “*Persepsi Masyarakat Kampus Curup Terhadap Ma’had Al-Jami’ah STAIN Curup*” Diss. Institut Agama Islam Negeri Curup, 2016

⁵¹Meleong, Lexi J., and P. R. R. B. Edisi. “*Metodelogi Penelitian*” Bandung : Penerbitan Remaja Rosdakarya (2004)

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu, benda atau organisme yang menjadi sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.⁵² Subjek penelitian kualitatif adalah pihak – pihak yang menjadi sasaran penelitian atau sumber yang dapat memberi informasi.

Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup yang telah mengikuti perkembangan *fashion* yang telah di bawa oleh budaya populer .

D. Pendekatan Penelitian

Salah satunya pendekatan yang penulis pakai dalam penelitian ini ialah pendekatan Study Kasus. Menurut Creswell Studi kasus adalah suatu rancangan penelitian yang dapat dilakukan dalam berbagai bidang dimana peneliti menganalisis suatu kasus secara mendalam, mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan⁵³.

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana peran budaya populer di media instagram dalam perkembangan *fashion* di kalangan mahasiswa komunikasi Institut Agama Islam Negeri Curup.

⁵² Jenis, D., and Sumber Data. "C. Subjek penelitian." Pengelolaan Perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah. 33.

⁵³ Umarti Dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020) 7-8

Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi. Informan penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang bertujuan untuk memilih informan penelitian dengan merujuk orang atau kelompok tertentu sesuai dengan kriteria subjek penelitian yang telah ditentukan sesuai dengan desain penelitian sehingga relevan dengan tujuan penelitian⁵⁴.

E. Sumber Data

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini adalah penelitian lapangan (*fieldresearch*) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk deskriptif kualitatif dengan tujuan membuat deskriptif secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.⁵⁵

Sumber data diartikan sebagai kenyataan yang ada yang berfungsi sbagai bahan sumber untuk menyusun suatu pendapat, keterangan yang benar, dan keterangan atau bahan yang dipakai untuk penalaran atau penyelidikan. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh.

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer dan data sekunder.

⁵⁴Salma, *Teknik Pengambilan Sampel: Pengertian, Jenis-Jenis, Dan Contohnya*, D.I Yogyakarta: Deepublish, 202
<https://Penerbitdeepublish.Com/Teknik-Pengambilan-Sampel/>

⁵⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006) 80

1. Data primer

Menurut Sugiyono data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data Primer merupakan data dan sumber data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama (informan inti) atau informasi yang diperoleh secara langsung di lokasi penelitian atau objek/subjek penelitian⁵⁶.

Data primer yang dimaksud adalah seperti hasil wawancara langsung pada mahasiswa yang sudah dipilih sebagai informan dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

Berikut peneliti sajikan beberapa karakteristik untuk peneliti pertimbangkan dalam pemeliharaan informan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, buku harian, not, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah. Data sekunder juga dapat berupa majalah, buletin, publikasi

⁵⁶ Ivanovich Agusta, *Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif*, 2018
https://D1wqtxts1xzle7.Cloudfront.Net/34265413/Ivan-Pengumpulan-Analisis-Data-Kualitatif-Libre.Pdf?1406032473=&Response-Content-Disposition=Inline%3B+Filename%3dteknik_Pengumpulan_Dan_Analisis_Data_Kua.Pdf&Expires=1674091719&Signature=Ofebd3cdre2dvplrzcvk~Ditvzfi0fs86j61shyjenpb3eczi8rctqcykhucl3gkamanzomyzbmeyaxhxewxlujjso69crzb288777qirv8zjdfswcbfmv4z3mb23ujeinx7g1rh0ofvuhp ub1gfy9jojkj9ucko5z7a-Q6a7qf8o5t3ale5dftwj6fvzryssqzo4tekvor5qsvrjcwvsxrjcrwaw1dxhnvyjaev4kuyuahqkvkxzbcuv7oecilkrdzxg9ahy~A99ez~Pausomozvjygi7o7o8nng67upjbqubv1sgcrs0banjefu9sa3glfdcdrij8dgvev~O4w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

dari berbagai organisasi hasil-hasil studi, hasil survey, study histories dan sebagainya.⁵⁷

Data sekunder yaitu data yang bersifat penunjang. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah semua pihak yang dianggap penting dalam penelitian ini, yang meliputi buku-buku yang berhubungan dengan penelitian kemudian hasil screenshot dari akun instagram milik informan.

Tabel 3.1
Karakteristik pemilihan informan

No	KARAKTERISTIK INFORMAN
1.	Jumlah followers minimal 2.000K
2.	Postingan yang menampilkan <i>Ootd/ trend fashion</i>
3.	Aktif menggunakan Media Sosial Instagram

Sumber: diolah dari hasil penelitian

Tabel 3.2 diatas merupakan karakteristik dalam pemilihan informan guna mendapatkan data-data yang peneliti perlukan selama penelitian ini berlangsung.

F. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam rangka penelitian. Pengumpulan data akan berpengaruh pada angkah-langkah

⁵⁷ Nasution, M. A. *Azas-azas Kurikulum*, (Bandung, Terate, 1964),. 34

berikutnya sampai pada tahap penarikan kesimpulan⁵⁸. agar hasil penelitian ini bisa dipertanggung jawabkan secara ilmiah maka penyusun menyadarkan sebagai berikut :

1. Observasi (pengamatan)

Nasution sebagaimana yang dikutip Sugiyono menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Artinya penelitian sesuai dengan fakta dan kenyataan yang ada di lapangan yang di peroleh melalui observasi. Dan data yang di dapat kumpulkan⁵⁹.

Pengamatan langsung (observasi), merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan peneliti terhadap obyek yang diteliti secara langsung di lapangan untuk selanjutnya diamati, direkam, mencatat kejadian-kejadian yang ada, dikumpulkan dan sebagainya yang terkait mengenai segala keadaan dan perilaku yang ada di lapangan secara langsung. Sebagai metode ilmiah, observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena yang diteliti.

Observasi ialah tahapan pertama yang harus peneliti lakukan yaitu dengan cara turun langsung kelapangan, dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung dan secara *online* kemudian mulai menyiapkan dan mencari informasi setelah mengamati apa yang ada di lapangan maka peneliti mulai melakukan pencarian data dengan mencari

⁵⁸ Meilani Teniwut, *Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian*, 2022
<https://M.Mediaindonesia.Com/Humaniora/539107/Teknik-Pengumpulan-Data-Dan-Metode-Penelitian>

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, R dan D* (Bandung : Alfaberta, 2012). 226

informan atau narasumber dilapangan kemudian melakukan pengamatan lebih dalam melihat bagaimana permasalahan-permasalahan yang terjadi.

2. Wawancara

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) wawancara merupakan proses tanya jawab dengan seseorang yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya tentang suatu hal. Menurut Mardawani teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif ialah wawancara mendalam⁶⁰.

Wawancara Merupakan suatu metode pengumpulan data yang langsung tentang beberapa jenis data, baik yang terpendam maupun manifase. Metode ini sangat baik digunakan untuk mengetahui tanggapan, pendapat, keyakinan, sistem nilai, perasaan, motivasi, serta proyeksi seseorang terhadap masa depannya. Wawancara dapat dilakukan dengan terstruktur maupun tidak terstruktur.

- a. Wawancara Terstruktur Penggunaan wawancara terstruktur ini digunakan apabila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh.
- b. Wawancara Tidak Terstruktur Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan secara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah disusun secara

⁶⁰ Syarnubi Sukarman, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Rejang Lebong: Lp2 Stain Curup, 2014). 133

sistematis untuk pengumpulan datanya. Wawancara hanya menggunakan pedoman dengan garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Pada bagian ini merupakan tahapan lanjutan yang harus peneliti lakukan yaitu proses mencari data dengan cara menanyakan langsung kepada narasumber yang terkait perihal apa yang terjadi dilapangan kemudian didokumentasikan dengan cara merekam audio dan memfoto melalui kamera handphone.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumenteasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk arsip, buku, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berwujud laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Lebih lanjut menurut Mardawani, dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencermati dan menganalisis dokumen yang dibuat oleh subyek sendiri atau orang lain untuk penelitian⁶¹.

Selain observasi dan wawancara, dokumentasi ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian meliputi buku-buku yang relevan peraturan-peraturan laporan kegiatan foto-foto serta data yang relevan dengan penelitian. Metode ini bertujuan untuk memperoleh data-data dari wilayah tempat lokasi penelitian.

⁶¹ Hamada Nofita Putri, *Metode Dokumentasi Dalam Penelitian Kualitatif, Beserta Penjelasannya*, 2021
<https://Vocasia.Id/Blog/Metode-Dokumentasi-Dalam-Penelitian-Kualitatif/>

Dokumentasi adalah hasil yang didapatkan peneliti dilapangan pada saat melakukan observasi dan wawancara. Kemudian hasil ini tersebut di olah dan dianalisis untuk menghasilkan suatu laporan

G. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis, data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat simpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶² Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi Data

Mantja (dalam Harsono) mengungkapkan bahwa reduksi data berlangsung secara terus-menerus sepanjang penelitian belum diakhiri. Produk dari reduksi data ini adalah berupa ringkasan dari catatan lapangan, baik dari catatan awal, perluasan, maupun penambahan⁶³. Reduksi Data adalah merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru bisa, dapat melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli.

⁶² Hardani Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Cv. Pustaka Ilmu Group, 2020.

⁶³ Salmaa, Reduksi Data: Pengertian, Tujuan, Langkah-Langkah, dan Contohnya, 2022 <https://penerbitdepublish.com/reduksi-data-adalah/>

2. Penyajian Data

Bambang Widjanarko, Pengertian penyajian data adalah bagian integral dalam pembuatan laporan penelitian yang disusun dengan langkah sederhana tetapi membantu setiap orang untuk dapat memahaminya.⁶⁴ Display Data merupakan merupakan proses untuk mendapatkan bukti-bukti dalam penelitian. Pada bagian ini data yang disajikan telah disederhanakan dalam reduksi data dan harus ada gambaran secara menyeluruh dari kesimpulan yang diambil. Susunan kajian data yang baik adalah yang jelas sistematikanya, karena ini akan membantu dalam menarik kesimpulan, Adapun sajian data dapat berupa gambar, matriks, tabel maupun bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya dari model ini adalah penarikan kesimpulan, kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti ada dilapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum jelas menjadi jelas.

H. Keabsahan Data

Keabsahan data dapat dicapai dengan menggunakan proses pengumpulan data dengan teknik triangulasi data. Menurut Sugiyono triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya

⁶⁴ dosen geografi, *Pengertian Penyajian Data, Bentuk, dan 3 Contohnya*, 2022
<https://dosengeografi.com/penyajian-data/>

menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Menurut Wijaya, triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu⁶⁵.

- a. Triangulasi Sumber Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya.
- b. Triangulasi Teknik Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian dicek dengan wawancara.
- c. Triangulasi Waktu, Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas suatu data. Data yang diperoleh dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar biasanya akan menghasilkan data yang lebih valid. Untuk itu pengujian kredibilitas suatu data harus dilakukan pengecekan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi pada waktu atau situasi yang berbeda sampai mendapatkan data yang kredibel.

⁶⁵ Amaliya Rufaida, *Keabsahan Data Kualitatif*, 2015
<https://www.kompasiana.com/Amaliya0009/556b6cb7957e61ff617096e2/Keabsahan-Data-Kualitatif>

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Penjelasan Singkat Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi pada aplikasi. Instagram terdiri dari dua kata “Insta” dan “Gram”. Kata “Insta” berasal dari kata “Instan”, berarti instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid. “Gram” berasal dari kata “Telegram” berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat⁶⁶. Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut atau teman di akun Instagram miliknya. Instagram memiliki banyak fungsi, diantaranya adalah untuk mencari informasi berita *terupdate*, informasi hiburan, fashion, review tempat berkumpul yang sedang hits dikalangan anak muda, untuk mencari inspirasi, dan masih banyak lagi. Oleh karena itu, Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang sangat digemari oleh masyarakat khususnya remaja.

Dan jika dikaitkan dengan masalah penelitian, maka pemanfaatan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik atau penggunanya diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang membaca bahkan melihatnya, yang mana dalam hal ini adalah para pengguna di kalangan anak muda khususnya mahasiswa sehingga pengguna menjadi tahu tentang

⁶⁶ Andri Iswal Khoiri, *Dampak Instagram Terhadap Trend Berpakaian Islami Mahasiswi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2016*, Skripsi (Lampung : UIN Raden Intan Lampung, 2019) 15

peluncuran-peluncuran dari perkembangan teknologi baik itu dunia *fashion*, perfilman, musik bahkan makanan yang ditawarkan oleh budaya populer melalui instagram.

B. Profil Informan

Dalam melaksanakan penelitian ini tentunya untuk mendapatkan data yang akurat memerlukan informan. Yang mana dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *pursposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi dengan pengambilan sumber dan dengan pertimbangan tertentu. Mereka aktif dalam menggunakan media sosial instagram baik itu mengupload foto, membuat *reels* atau *story*. Pada bab sebelumnya peneliti juga telah menetapkan kriteria informan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang diperlukan maka dari itu peneliti menetapkan 4 informan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Nama-nama Informan Penelitian

No	Nama	Program Studi	Fakultas	Semester	Nama Akun Instagram	Lama menggunakan IG	Jumlah Followers
1	Ayudia Puspita	HTN	Syariah	6	@ayudiapuspita	6 Tahun	4.949K
2	Nofri Ario Diansi	T.Bing	Tarbiyah	6	@aegyoliu	7 Tahun	4.096K

3	Mikael Janeri	T.Bing	Tarbiyah	6	@mikeljaneri_	7 Tahun	3.067K
4	Yoga Diantofa	Bpi	Fuad	8	@yogadiantoffa	6 Tahun	2.347K

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Dari tabel 4.4 diatas dapat dilihat ada 4 informan yang masing-masing mereka merupakan dari fakultas dan prodi yang berdeda, seperti yang pertama yaitu akun instagram @ayudiapuspita merupakan mahasiswi semester 6 dari fakultas syariah prodi HTN dengan *followers* di akun instagramnya sebanyak 4.494k. Selanjutnya ada akun instagram @aegyoliu dengan nama asli Nofri Ario Diansi dari fakultas Tarbiah prodi T.Bing semester 6 dengan *followers* sebanyak 4.096K. dan dari prodi dan semester yang sama ada juga akun instagram @mikeljaneri_ dengan jumlah *followers* sebanyak 3.067K dan yang terakhir ada @yogadiantoffa merupakan mahasiswa semester akhir dari fakultas FUAD Prodi BPI dengan jumlah *Followers* sebanyak 2.347K.

C. Hasil Penelitian

1. Peran Budaya populer di Media Sosial Instagram dalam Perkembangan *Fashion*

Salah satu dampak dari penyebaran budaya populer melalui media massa ini mengakibatkan perubahan pada setiap pengguna instagram yang seringkali mengadaptasi *fashion* dari budaya populer untuk mengikuti

perkembangan yang ada mulai dari *fashion*, baik itu pakaian, gaya rambut, aksesoris, gaya foto, kebiasaan, masakan dan sebagainya sehingga merubah budaya asli. Salah satu informan mengatakan *fashion* budaya populer itu sangat menarik untuk diikuti karena bukan hanya gaya yang kreatif tapi juga karena lebih *colorfull*. Seperti hasil wawancara berikut:

“karena dari segi *fashionnya* sendiri kalau menurut rio itu sangat menarik untuk diikuti, karena lebih *colorfull*, kreatif, dan ini seperti apa ya?, ini belum ada loh di Indo, jadi ada ketertarikan di dalamnya seperti yang rio ikuti *fashionnya* artis kwang In Youp @hi_high_hiy ada juga @_yoonjsung_” dan *style* yang lebih ke casual sih.⁶⁷”

Dari pernyataan informan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa peran budaya populer sangat mempengaruhi dari segi *fashion* dan budaya populer ternyata memiliki tren *fashion* yang menarik seperti yang informan katakan yang mana *fashion* budaya populer itu lebih *colorfull* yang membuat informan jadi tertarik mengikutinya dan dari hasil wawancara diatas ternyata memang benar informan yang bernama Nofri Ario Diansi menyukai budaya luar seperti korea. Hal tersebut dapat dilihat dari foto yang diupload informan pada akun instagram miliknya berikut ini:

⁶⁷ Nofri Ario Diansi, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 20 Maret 2023

Gambar 4.1
Foto *fashion style* informan



Sumber : akun instagram milik @aegyoliu

Dari gambar 4.1 diatas dapat kita lihat bahwa bagaimana informan menampilkan dirinya di akun media sosial instagram dengan *fashion style* pada foto yang pertama menggunakan vest yang menyerupai pakaian korea dengan dipadukan dengan kemeja putih, celana *high waist* dan juga sepatu kulit sehingga terlihat lebih *stylish*. Pada foto yang kedua tidak jauh beda hanya saja informan menggunakan kemeja merah yang memberikan kesan agar terlihat lebih *cassul*. Kemudian tidak tertinggal juga aksesoris lainnya seperti *totebag* dan kaca mata hitam yang sangat mendukung *fashion style* informan serta potongan gaya rambutpun dengan model *short two block haircut*. Dan tak hanya itu pose photonya pun dibuat semenarik mungkin untuk memeberi kesan yang *instagramable*.

Selain budaya populer dapat merubah gaya hidup hingga merubah kebiasaan dan penampilan ternyata budaya populer dapat meningkatkan rasa percaya diri dengan selera *fashion* yang berkembang. Seperti hasil wawancara dengan informan berikut ini:

“kalau dulu awalnya cuma tau dengan pakaian yang begitu-begitu saja pakaian yang mahasiswa banget yang hanya kenal celana dasar dan kemeja, tapi setelah kenal dengan tren *fashion* seperti korean *style* sekarang jadi lebih percaya diri lebih bisa menyesuaikan *outfit* dan mencocokkan warna, dan selain *fashion* ada itu saya sering mengikuti gaya rambut serta gaya foto dari salah satu artis korea seperti @aktor_jingo⁶⁸”.

Dari penjelasan informan diatas dapat diketahui ternyata dengan mengikuti tren *fashion* bagi sebagian orang itu dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka dari yang dulunya begitu-begitu saja sekarang jadi mengerti *fashion style*, apa lagi sebagai seorang mahasiswa menjaga penampilan itu sangatlah penting. Hal ini sesuai dengan postingan informan pada akun instagrmanya yang menunjukkan ternyata memang benar bahwa informan yang bernama Mikel Janeri ikut mengadaptasi *fashion* dari budaya luar.

⁶⁸ Mikael Janeri, *Wawancara Pada Mahasiswa IAIN*, Pada 03 Maret 2023

Gambar 4.2
Foto *fashion style* informan



Sumber : akun instagram @mikeljaneri_

Dari gambar 4.2 diatas dapat dilihat bagaimana informan menampilkan *style* yang ia gunakan yaitu menggunakan *hoodie* yang menyerupai pakaian korea yang berwarna putih serta di cocokan dengan celana *baggy pants* berwarna *cream* dan sepatu *sport* putih sehingga memberi kesan yang lebih santai dengan didukung *pose* foto yang lebih *cool*. Kemudian foto selanjutnya yaitu informan menampilkan *style* yang sedikit berbeda yaitu dengan *t-shirt* garis-garis yang dipadukan dengan jaket denim dan tidak tinggal juga kaca hitam agar terlihat lebih keren.

Seperti yang diketahui bahwa budaya populer ini merupakan budaya yang digemari kebanyakan orang, yang penyebarannya melalui media sosial dengan cakupan yang sangat luas dapat membantu untuk mencari apa yang kita butuhkan seperti halnya tren *fashion*. Berikut hasil wawancara dengan informan:

“karena peranan budaya populer di media sosial instagram itu pastinya sangat penting, karenakan cakupan budaya populer dan media itu sangat luas, nah sebagai mahasiswa yang kreatif kita bisa saja mencari berbagai informasi mengenai *fashion* dari luar seperti korea atau ide-ide *ootd (outfit of the day)*, dan saya sendiri untuk *fashionnya* lebih ke *street style* korea sih seperti pakaian *smart casual* kemeja yang di *matchkan* gitu. apalagi kehidupan mahasiswa itu selalu bergaul dengan orang lain pasti ada rasa ingin berpenampilan menarik.⁶⁹”.

Dari penjelasan dari informan diatas dapat di simpulkan bahwa peran budaya populer itu sangat berperan penting apa lagi untuk zaman sekarang semua anak muda pasti bisa dikatakan sudah mengikuti tren *fashion*. Terlebih sebagai seorang mahasiswa yang berjumpa dengan banyak orang pasti ingin selalu berpenampilan menarik, Berikut ini foto *fashion style* dari informan yaitu Yoga Diantoffa yang mana berdasarkan hasil wawancara ia mengatakan lebih mengadaptasi *fashion style* korean *street style* atau *fashion* dengan *smart Casual*.

⁶⁹ Yoga Diantoffa, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 28 Februari 2023

Gambar 4.4

Foto *fashion style* informan



Sumber : akun instagram @yogadiantoffa

Pada gambar 4.4 diatas dapat dilihat bagaimana postingan diakun instagram milik informan. Selain gaya foto yang unik *fashion style* yang digunakan pun memiliki keunikan tersendiri seperti foto yang pertama dimana informan menggunakan celana cingkrang (celana diatas mata kaki) yang dipadukan dengan kemeja lengan panjang serta inner kaos polos, tidak hanya itu informan juga menggunakan sepatu *sneakers* dan kaos kaki putih yang membuat penampilan yang tidak biasa. Kemudian untuk menunjang penampilannya agar terlihat lebih *stylish* informan menambahkan aksesoris seperti menggunakan kacamata *fashion*, serta menggunakan *beanie hat* dan dilengkapi dengan *sling bag* berwarna putih. Kemudian selanjutnya informan lebih menampilkan *fashion* yang lebih ke *smart casual* dengan celana dasar yang dicocokkan dengan kemeja lengan pendek serta *beanie hat*

seperti sebelumnya dan kali ini informan menggunakan kacamata *fashion* berebentuk bulat dan juga *totebag* sebagai pelengkap *outfitnya*.

fashion merupakan salah satu cara untuk menemukan jati diri. Dengan mengikuti perkembangan *fashion* melalui media massa, seperti yang disampaikan oleh informan yang satu ini bahwa dengan hal tersebut mampu meningkatkan popularitas di lingkungannya. Seperti hasil wawancara berikut ini:

“budaya populer sejauh ini memengaruhi sih apa lagi dari *fashion*. Kalau sekarang ayu lebih ke *fashion* yang casual, kadang juga memakai *vest* dari budaya korea atau juga kadang menggunakan *oversize*. Karena saat kumpul bareng teman karena penting juga untuk berpenampilan menarik untuk menunjang rasa percaya diri kan serta meningkatkan popularitas di lingkungan kita⁷⁰”.

Dari penjelasan Informan diatas dapat disimpulkan bahwa *Fashion* bisa menjadi etalase kecil tentang diri seseorang bagi orang lain di samping itu juga *fashion* menjadi cara untuk mengekspresikan diri seseorang. Namun sebagai seorang mahasiswa penting juga untuk bisa memilih tempat untuk *berfashion*. Maka dari itu sesuai dengan hasil penelitian, informan yang bernama Ayudia Puspita ini memang benar ikut mengadaptasi budaya populer sesuai dengan postingan di akun instagram miliknya.

⁷⁰ Ayudia Puspita, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 21 Maret 2023

Gambar 4.5

Foto *fashion style* informan



Sumber : akun Instagram @ayudiapuspita

Dari gambar 4.5 diatas dapat dilihat bagaimana *fashion style* yang ditampilkan oleh informan sesuai dengan hasil wawancara sebelumnya ia mengatakan memang menyukai *fashion* dari budaya luar dengan menggunakan vest, jilbab yang mengadaptasikan gaya malaisia dan *aksesoris* seperti kacamata fashion pada gambar pada gamar pertama. Dan pada gambar selanjunya informan menggunakan kemeja yang di *stlye* seperti *outer* dan tidak lupa aksesoris seperti *totebag*, dan sepatu *sneakers*.

Berikut peneliti sajikan table atribut yang digunakan oleh informan.

Tabel 4.2

Fahion yang digunakan oleh keempat informan

No	Nama akun IG	<i>Fashion</i> yang ditampilkan
1	@aegyoliu	Menggunakan <i>Vest</i> , <i>totebag</i> , kemeja, sepatu kulit, kacamata <i>fashion</i> , celana <i>high waist</i> , potongan rambut model <i>short two block haircut</i> .
2	@mikeljaneri	<i>Hoodie</i> , <i>baggy pants</i> berwarna <i>cream</i> , sepatu <i>sneakers</i> putih, kacamata <i>fashion</i> , jaket <i>jeans</i> , kemeja kerah dengan motif salur.
3	@yogadiantoffa	Celana cingkrang, kemeja, panjang dengan <i>inner</i> didalamnya, <i>slingbag</i> putih dan <i>totebag gray</i> , kemudia <i>beanie hat</i> , kaos kaki putih dan hitam, sepatu <i>sneakers</i> dan kacamata <i>fashion</i> berwarna putih bulat dan hitam.
4	@ayudiapuspita	<i>Vest</i> , <i>totebag</i> , <i>sneakers</i> , kacamata <i>fashion</i> , kemeja <i>oversize</i> , <i>inner</i> dan model hijab yang bervariasi.

Sumber: diolah dari hasil penelitian

Dari table 4.2 diatas bisa dilihat perbedaan *fashion style* yang digunakan oleh keempat informan. ternyata dari pernyataan tersebut

ditemukan adanya perbedaan jenis *style* yang digunakan oleh informan seperti *style* yang digunakan oleh informan pertama yaitu Nofri Ario Diansi yang lebih suka pakaian yang *casual* dan korean *style* sesuai dengan postingan di akun instagramnya yang menggunakan *vest* serta *totebag*, kemeja lengan panjang, dilengkapi dengan sepatu kulit dan kacamata *fashion*, celana *high waist*, dan bahkan potongan rambut pun dengan model *short two block haircut* sehingga menunjukkan kecintaannya terhadap budaya korea. Selanjutnya informan Mikel Janeri sesuai pengamatan peneliti *fashion stylenya* lebih menyesuaikan terkadang bergaya *casual* dan *sporty* dengan menggunakan *hoodie* dan kadang juga menggunakan *T-shirt* kerah yang bisa digunakan dalam kegiatan apapun.

Sedangkan informan Yoga Diantoffa itu mengatakan kalau *fashionnya* lebih ke *street* korea dan *smart casual* dan *oversize style* yang bisa dikatakan sangat simple namun tetap keren dengan menggunakan celana cingkrang, kemeja, panjang dengan *inner* didalamnya, *slingbag* putih dan *totebag gray*, kemudian *beanie hat*, kaos kaki putih dan hitam, sepatu *sneakers* dan dilengkapi dengan kacamata *fashion* berwarna putih bulat dan hitam. Dan informan Ayudia Puspita mengaku lebih menyukai pakaian yang seperti menggunakan *Vest*, *totebag*, *sneakers*, kacamata *fashion*, kemeja *oversize*, *inner* dan model hijab yang bervariasi.

Kemudian Perkembangan industri hiburan di Korea saat ini sudah sangat maju dan berkembang. Terbukti dari adanya tren *korean wave* yang saat ini terus tersebar ke seluruh dunia. Akibatnya negara Korea semakin di kenal di dunia. Budaya, pakaian, makanan, dan apa saja tentang Korea cepat sekali menjadi *trend* yang sangat di gemari di dunia. salah satu dampak penting dari penyebaran *korean wave* adalah melalui drama korea seperti hasil wawancara dengan informan berikut:

”Rio dari dulu juga sering nonton drama yang lebih ke genre *romance comedy* sih yuk seperti *true beauty*, dan untuk waktu nya tergantung kalau drakor yang *on going* biasanya makan waktu 1-2 bulan kalau series bisa 2-3 hari⁷¹”.

Dari hasil wawancara dengan informan diatas dapat diketahui bagaimana kebiasaan informan dalam melakukan hobinya tersebut, informan bisa saja menyelesaikan drama dalam kurun waktu 2-3 hari saja tergantung jenis drakor *series* atau *on going*.

Ternyata bukan hanya drama dengan genre yang *romance* saja berbeda dengan informan yang satu ini yang cenderung lebih suka film yang berasal dari cina seperti hasil wawancara berikut ini:

“aku sih nonton drakor tidak terlalu suka tergantung jika ada drakor yang bagus tapi aku lebih cenderung suka film horor sih salah satunya *everything everywhere all at once*, dan jika ditanya seberapa sering nonton bisa dikatakan sering seminggu bisa 3x lah⁷²”.

Dari pernyataan informan diatas dapat diketahui bahwa ternyata budaya populer yang masuk itu tidak hanya perfilman dari korea saja

⁷¹ Nofri Ario Diansi, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 20 Maret 2023

⁷² Yoga Diantoffa, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 28 Februari 2023

tapi cina pun sukses meluncurkan produk-produk perfilman terbaiknya. Dari sini bisa dilihat ternyata dunia perfilman ternyata sudah menjadi bagian dari budaya populer. Kemudian tidak berhenti disini saja ternyata dampak dari budaya populer ini juga mempengaruhi musik dan hal tersebut tidak terlepas dari peran media, seperti instagram membuat efek musik yang bisa digunakan oleh penggunanya seperti setiap postingan *story* informan di akun instagram yang selalu disertai dengan musik-musik dari budaya luar.

“kalau genre musik tu lebih ke RnB dan pop sih yuk kalau untuk RnB tu misal *if you only knew* dari *yayyoung* terus *2 AM (ft. Will jay)* dari *deft* tapi ada juga sih lagu cina yang sering rigo gunakan di story ig⁷³”

Dari penjelasan informan diatas dapat diketahui musik-musik yang ia sukai dan ternyata bukan lagu pop indonesia melainkan musik dengan berbagai genre dari budaya luar. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan postingan *story* milik informan sebagai berikut:

Gambar 4.6
Story informan dengan efek musik



⁷³ Nofri Ario Diansi, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 20 Maret 2023

Sumber: instagram milik @aegyoliu

Dari gambar diatas dapat dilihat salah satu informan atas nama Nofri Ario Diansi telah mengunggah *story* diinstagram dengan menambahkan musik di postingan fotonya, dari sini bisa di simpulkan ternyata budaya populer tersebut benar-benar telah melekat dikehidupnya mulai dari *fashion*, drama serta selera musik. Dan berdasarkan pengamatan peneliti akun instagram @aegyoliu ini bisa 3-4kali memposting *story* di instgramnya dan untuk *feed* dan *reels* berdasarkan pernyataan dari informan itu tergantung bila ada foto yang layak di upload.

Hal serupa juga sama dengan informan yang satu ini dimana ia mengatakan suka dengan musik seperti hasil wawancara berikut ini:

“kalau musik ni ya aku lebih suka misal nya musik-musik seperti lagu dari Billie Eilish yang berjudul *happier then ever*, atau lagu-lagu dari Lana Del Rey yang berjudul *west coast* dan itu setiap hari pasti aku dengar sih”

Berdasarkan hasil waawancara dengan informan iaa mengatakan jika musik yang sering dia dengar ialah jenis musik seperti lagu-lagu dari Billie Eilish atau dari Lana Del Rey hal tersebut dapat dibuktikan dari postingan *story* dari akun instagram milik informan yang bernama yoga diantoffa dimana dia juga mengupload fotonya dengan menambahkan efek musik.

Gambar 4.7
Story informan dengan efek musik



Sumber: akun instagram @yogadiantoffa

Dari gambar 4.7 diatas dapat dilihat bahwa informan yang bernama Yoga Diantoffa ini memang benar menyukai lagu-lagu dari budaya luar dan informn juga terbukti telah mengunggah fotonya dengan ditambahkan efek musik dengan judul *west coast* seperti yang telah dia sampaikan. Dan berdasarkan pengamatan peneliti informan bahkan telah membuat sorotan khusus yang berisi lagu-lagu *favoritenya*.

Selain perfilman dan musik ternyata makanan korea ini juga menjadi salah satu alasan untuk informan menyukai budaya populer . Walaupun makanan khas korea termasuk dari dampak budaya populer, tidak semua yang mengikuti budaya populer selalu mencicipi makanan khas Korea karena dianggap sebagai makanan yang mahal. Makanan yang sering dikonsumsi yaitu makanan yang

seperti *korean spicy beef*, *sundubujjigae* dan *ramen*. Sebagaimana hasil wawancara berikut ini:

“Terus kalo kayak makanan si rio lebih ke *sundubujjigae*, dan ramen si ya lebih cocok sama selera rio⁷⁴”

Dari hasil wawancara dengan informan diatas dapat kita ketahui bahwa makanan budaya populer yang sering informan coba ialah makanan yang seperti *sundubujjigae*, dan *ramen* karena sangat cocok dengan selernya. Hal tersebut juga terbukti dari postingan *story* informan pada akun instagramnya sebagai berikut:

Gambar 4.8

Postingan story informan



Sumber: akun instagram @aegyliu

Dari gambar 4.8 diatas dapat dilihat postingan milik informan Nofri Ario Diansi yang sedang telah mengupload makanan yang mana seperti diketahui bahwa itu bukanlah masakan khas indonesia. Hal

⁷⁴ Nofri Ario Diansi, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 20 Maret 2023

serupa juga ternyata ditemukan pada Informan yang satu sebagaimana yang telah ia sampaikan seperti berikut ini:

“Kalau makanan itu ketika pengen makan *korean spicy* gitu didaerah ayu paling pergi ke victoriamini sih karena banyak kan makanan makanan dengan menu yang menarik, biasanya aku lebih sering pesan *korean spicy beef* sih tapi gak tiap hari juga sih karena mahal, hehe⁷⁵”

Dari pernyataan informan diatas menyetakan bawah ia lebih suka makanan seperti *korean spicy beef* dan ia juga mengatakan untuk mendapatkan makan-makan *korean spicy* begitu tidak terlalu susah karena didaerah tempat tinggalnya pun sudah ada seperti di victoriamini dengan beragam menu yang ada.

Gambar 4. 9

Postingan story informan



Sumber: akun instagram @ayudiapuspita

Dari gambar 4.9 diatas dapat dilihat postingan *story* pada akun instagram informan yaitu ayudia puspita yang berisikan sajian *korean spicy beef* sesuai dengan pernyataan yang telah ia berikan dimana ia

⁷⁵ Ayudia Puspita, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 21 Maret 2023

mengatakan sering kali memesan masakan yang bercita rasa dari korea ini.

2. Daya tarik mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial Instagram

Media digital yang sering digunakan oleh informan adalah media sosial Instagram, melalui instagram informan mendapatkan inspirasi berbagai macam *fashion* dari budaya luar. Instagram juga dikatakan mampu memberikan apa yang kita inginkan serta instagram juga dianggap sebagai media sosial yang paling *uptodate* dan juga sebagai tempat untuk mencari semua informasi seperti hasil wawancara berikut ini:

“karena instagram itu seperti memberikan sebuah keinginan kita untuk melihat sesuatu yang kita inginkan, misal kita ingin melihat sejenis musik K-pop itu biasanya langsung muncul didinding pencariannya. karena rio suka *fashion* jadi sering cari informasi tentang *fashion* pada akun yang rio ikuti di instagram seperti akun @ohgartments dan masih banyak yang lainnya sih⁷⁶”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diatas dapat diketahui bahwa instagram mampu memberikan sebuah keinginan kita untuk terus menggungkannya semacam ada ketertarikan didalamnya. Apalagi untuk mencari sebuah inspirasi tentang *fashion* dari budaya populer seperti yang informan inginkan.

⁷⁶ Nofri Ario Diansi, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 20 Maret 2023

Kemudian hal lainnya juga instagram bisa dikatakan sebagai sosial media yang paling *up to date* untuk mencari informasi seperti hasil wawancara dengan informan yang satu ini:

“karena instagram ini paling gercep, lebih menarik dan banyak juga *brand-brand* yang menampilkan tren *fashion* sebagai referensi *ootd (outfit of the day)* baik *brand* lokal maupun *brand* internasional ada beberapa yang saya ikuti seperti @bro.do @aquinaldoandrian dan yang pastinya lebih *up to date* dan *upgarate* jika di bandingkan media sosial seperti facebook yang kadang isinya curahatan ibu-ibu⁷⁷.”

Dari pendapat informan tersebut bahwa dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram ini bisa menarik penggunanya dengan menyajikan penampilan yang menarik, lebih *up tu date* penampilan yang tidak membosankan serta banyak menampilkan fitur-fitur yang mampu memberikan informasi yang diinginkan oleh penggunanya.

Selanjutnya informan yang bernama ayudia puspita ini mengatakan bahwa adanya istilah selebgram yang ternyata menjadi bukti nyata dari adanya tren budaya popuer ini sehingga dengan mudah untuk mencari bagaiman *style* yang ingin diikuti seperti hasil wawancara berikut ini:

“kalau saya sih pertama karena instagram itukan banyak selebgram-selebgram yang menampilkan *fashion style* nya jadi mempermudah juga untuk kita mendapatkan referensi, kemudian yang kedua karena di instagram itu postingan atau gaya foto orang-orang juga banyak yang instagramnable hal itu juga yang menjadi daya tarik sih yuk. Dan juga banyak di

⁷⁷ Yoga Diantoffa, Wawancara Pada Mahasiswa, Pada Tanggal 28 Februari 2023

flatform pencarian karenakan algoritma instagram itu apa yang sering kita cari itulah akan sering muncul⁷⁸.”

Dari pernyataan informan diatas peneliti menyimpulkan bahwa instagram memang tempatnya bagi remaja untuk mengapresiasi diri mereka apa lagi dengan adanya istilah selebgram, selain penampilannya yang menarik, *instagramnable* ternyata algoritma instagram itu apa yang sering dicari maka itulah yang akan sering muncul.

Dan yang terakhir ialah pendapat dari informan yang mengatakan karena instagram merupakan tempat untuk mencari informasi dan juga memberikan informasi seperti hasil wawancara berikut:

“seperti yang kita ketahui instagram ini penggunanyakan cukup banyak, jadi memang banyak informasi yang dapat kita dapatkan karena isi dari instagram ini sendiri bukan hanya tentang *fashion* yah di instagram juga tempat bagi remaja untuk menampilkan diri bahkan bisa menaikkan personal *branding* gitu. apa lagi saya tergabung sebagai duta genre yang mengharuskan saya untuk selalu aktif di instagram untuk mencari serta memberikan informasi juga⁷⁹”.

Dari penjelasan informan diatas peneliti menyimpulkan di instagram tidak hanya bisa mencari informasi mengenai *fashion* tapi bisa juga informasi mengenai sosial, politik, bahkan edukasi dan sebagai seorang duta genre yang mengharuskan dia selalu *update* mengenai informasi-informasi yang ada di instagram.

⁷⁸ Ayudia Puspita, *Wawancara pada Mahasiswa IAIN*, Pada 21 Maret 2023

⁷⁹ Mikael Janeri, *Wawancara Pada Mahasiswa IAIN*, Pada 03 Maret 2023

Kebutuhan menggunakan instagram menuntut seseorang untuk menunjukkan eksistensi diri dan bagaimana seseorang ingin menunjukkan citra diri mereka kepada pengguna instagram lainnya dengan membagikan foto mereka agar banyak yang menyukai, kemudian tidak hanya itu pengguna kerap kali menggunakan *username* yang unik untuk menarik perhatian pengguna lain seperti informan berikut ini:

Gambar 4.10

Gambaran profi akun instagram informan



Sumber: akun instagram @aegyoliu

Akun instagram diatas merupakan akun instagram milik Nofri Ario Diansi yang menggunakan *username* yang unik pada akunnya yaitu bernama *aegyoliu* dan berdasarkan penjelasan dari informan bahwa:

“aegyo itu berasal dari bahasa korea yang artinya berperilaku menggemaskan atau bisa diistilahkan sebagai orang yang menggemaskan. Sedangkan Liu itu sebenarnya marga dari Cina, Thiongkok. Jadi rio menggabungkan dua kata tersebut menjadi aegyoliu yang dapat disimpulkan sebagai seorang liu yang menggemaskan⁸⁰”.

Dari penjelasan informan diatas dapat diketahui bahwa ia tidak sembarang memberi nama unsername nya itu tetapi karena ada makna dari setiap kata aegyo dan liu tersebut. Dan tidak hanya itu bisa dilihat bahwa informan juga tidak menggunakan foto dirinya sebagai profil hal tersebut menunjukkan bagaimana dirinya yang sudah benar-benar mengadaptasi budaya populer .

Bersadarkan observasi bukan hanya rio yang memiliki ketertarikan menggunakan nama asing di akun instagramnya ternyata informan yang satu ini pun kerap mencantumkan nama lain pada akun instagramnya bedanya ia menggunakan nama dari sang idolanya.

Gambar 4.11

Gambaran Profi akun intagram informan



⁸⁰ Nofri Ario Diansi, *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 20 Maret 2023

Sumber: instagram milik informan

Diatas merupakan akun instagram milik salah satu informan yaitu Mikel Janeri ia mencantumkan nama sang idola di bio nya seperti yang hasil wawancara berikut ini:

“karena itu nama idola saya yuk, dari dulu memang suka bola juga dan ternyata ada kemiripan nama saya di namanya itu jadi tertarik aja mencantumkan nama itu di akun saya.”

Berdasarkan pernyataan informan bahwa John Michael Nchekwube Obinna ini merupakan atlet sepak bola yang menjadi idola informan yang berasal dari negara Nigeria.

D. PEMBAHASAN

1. Peran Budaya Populer Di Media Sosial Instagram Dalam Perkembangan Fashion Dikalangan Mahasiswa

Seperti yang telah diketahui dari penelitian yang telah dilakukan oleh Hamdani M. Syam dalam journalnya bahwa budaya populer dengan cepat mempengaruhi masyarakat khususnya remaja, dalam penelitiannya ia menyebutkan terdapat tiga dampak yang paling menonjol. Pertama, pengaruh terhadap cara berpakaian. Kedua, pengaruh terhadap bahasa. Ketiga, pengaruh terhadap gaya hidup⁸¹. Berbagai tren *fashion* yang berkembang pesat berpengaruh pada gaya

⁸¹ Hamdani M. Syam, “*Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya populer korea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh*”, Avant Garde | Jurnal Ilmu Komunikasi Vol III No .1 (2015) 64-65

busana dan gaya hidup untuk selalu berpenampilan modis dan *stylish*. Budaya populer mempengaruhi banyak orang dari setiap budaya, tanpa dibatasi latar belakang etnik, keagamaan, status sosial, usia, tingkat pendidikan, dan sebagainya.

a. *Fashion* Sebagai Bentuk Budaya Populer

Salah satu dampak dari penyebaran budaya populer melalui media massa ini mengakibatkan perubahan pada setiap pengguna instagram yang seringkali mengadaptasi *fashion* dari budaya populer untuk mengikuti perkembangan yang ada mulai dari *fashion*, baik itu pakaian, gaya rambut, aksesoris, gaya foto, kebiasaan, masakan dan sebagainya sehingga merubah budaya asli.

Dari semua hasil penelitian diatas ternyata keempat informan diatas cenderung kepada *fashion style* korea dan setelah di cek lebih dalam dilakukan penelitian dan analisis data walaupun mereka mempunyai kesamaan dalam menyukai budaya tertentu tetapi *fashion* yang mereka tampilkan tidaklah sama persis. Mereka masih memiliki *fashion style* tersendiri tapi masih didalam budaya tersebut. Jadi setiap orang yang menyukai *fashion* dari budaya populer seperti korea belum tentu memiliki selera *fashion style* yang sama.

b. Budaya Populer Dalam Kemasan Film, Musik Dan Makanan

Perkembangan industri hiburan di Korea saat ini sudah sangat maju dan berkembang. Terbukti dari adanya tren *korean*

wave yang saat ini terus tersebar ke seluruh dunia. Akibatnya negara Korea semakin di kenal di dunia. Budaya, pakaian, makanan, dan apa saja tentang Korea cepat sekali menjadi *trend* yang sangat di gemari di dunia. salah satu dampak penting dari penyebaran *korean wave* adalah melalui drama korea, serial musik dn masakan.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dampak dari adanya tren budaya populer ini bukan hanya tertuju pada *fashion* saja ternyata dampaknya sudah meluas dan masuk kekehidupan informan mulai dari merubah kebiasaan yang dulunya tidak tau dengan drama korea, anime atau dunia perfilman tapi sekarang menonton drakor dijadikan sebagai sebuah keharusan jika ada film terbaru, kemudian dari segi selera musik yang lebih suka lagu-lagu dari budaya luar dibandingkan lagu pop indonesia dan bahkan sekarang dari segi masakan budaya kita sudah jauh tertinggal. Makanan dari budaya luarpun sekarang sudah sangat mudah ditemukan didaerah kita sendiri, hal inilah yang menjadi bukti bahwa sekarang sudah banyak yang terkena dampak dari adanya budaya populer .

2. Daya tarik mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial Instagram

Yofie Indah Indainanto dalam jurnalnya yang berjudul Representasi dimedia Sosial Sebagai Pembentuk Identitas Budaya populer mengatakan bahwa media sosial sangat berperan penting

dalam mendukung keberhasilan budaya populer mulai dari membentuk identitas dan menimbulkan perilaku baru. Instagram memberikan kebebasan bagi pengguna untuk memposting video dan foto *daily activities*⁸².

a. Instagram Sebagai Wadah Mencari Informasi

Instagram dikatakan sebagai wadahnya untuk mencari informasi karena Instagram mampu memberikan produk yang memiliki nilai estetika yang tinggi serta melahirkan kreatifitas pada berbagai kalangan didalam ataupun diluar negeri seperti *style fashion*, makanan, *make up*, dan informasi lainnya. Instagram juga dikatakan mampu memberikan apa yang kita inginkan serta Instagram juga dianggap sebagai media sosial yang paling *uptodate* dan juga sebagai tempat untuk mencari semua informasi.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa Instagram menjadi daya tarik bagi mahasiswa khususnya keempat informan karena Instagram dianggap sebagai tempatnya untuk mencari sebuah informasi mengenai perkembangan budaya yang ada.

b. Instagram Sebagai Tempat Eskitansi Diri

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa media sosial yang bernama Instagram ini sudah menjadi bagian dari budaya populer masyarakat pada saat ini. Hal ini

⁸² Yofiendi indah indainanto, faiz albar nasution, representasi dimedia sosial sebagai pembentuk identitas budaya populer, journal semoitika, no III (2023) 103

sesuai dengan pengertian budaya populer itu sendiri yaitu, budaya masyarakat atau budaya orang kebanyakan. Yang mana ketika budaya tersebut dinikmati oleh banyak orang dan dilakukan banyak orang, maka hal tersebut menjadi salah satu bagian dari budaya populer.

Serta berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan hampir setiap hari informan selalu mengunggah *story* di akun instagramnya, serta mengunggah foto yang menampilkan sedang *ootd (outfit of the day)* dan itu membuktikan bahwa kekuatan media digital ternyata mampu membentuk budaya baru yang dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari, mengubah budaya asli, terkhusus dalam dampak penyebaran budaya populer oleh media massa pada perkembangan *fashion* dikalangan mahasiswa.

Dilingkungan kampus IAIN penyebaran budaya populer ditandai dengan adanya perubahan gaya yang diterapkan oleh mahasiswa serta berdasarkan observasi *online* yang selama ini peneliti lakukan bahwa sosial media instagramlah yang menjadi wadah tempat mereka mengekspresikan diri dilihat dari berbagai unggahan foto di *feed*, potongan *story* dan *reels* pada instagram milik informan.

Indonesia memiliki adat istiadat yang seharusnya lebih ditingkatkan lagi pada generasi-generasi milenial agar tidak hilangnya budaya tersebut. Selain itu indonesia juga memiliki

designer-designer yang berkualitas dengan karyanya yang tidak menghilangkan budaya asli.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti buat maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Peran budaya populer di media sosial instagram dalam perkembangan *fashion* di kalangan mahasiswa ternyata sudah sangat melekat, hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian dan postingan informan di instagram yang kerap kali memposting foto *style fashion*nya sehingga menjadi bukti nyata dari adanya peran budaya populer . bukan hanya mempengaruhi gaya hidup dalam sehari-hari tapi juga dapat merubah kebiasaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran budaya populer terus berlangsung dalam kehidupan sosial informan dengan beraneka ragam dalam wujud *fashion*, selera musik, masakan, dan juga perfilman.
2. Adapun daya tarik mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial instagram ialah karena instagram adalah sebuah aplikasi yang banyak digandrungi oleh kalangan anak muda pada saat ini sesuai dari data yang telah peneliti peroleh. Dan instagram juga memiliki fitur yang sangat berbeda dari media sosial lainnya instagram menjadi media sosial yang sangat *up to date*, *instagramnable*, jangkauan yang sangat luas yang membuat instagram menjadi wadah untuk mencari informasi dan juga menjadi tempat untuk eksistensi diri.

B. Saran

Melalui penelitian mengenai peran budaya populer di media sosial Instagram dalam perkembangan *fashion* di kalangan mahasiswa ini diharapkan perkembangan budaya populer mampu memberikan nilai yang positif serta meningkatkan kreativitas dalam kalangan anak muda khususnya mahasiswa IAIN Curup dan diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan lagi sebaik mungkin sehingga dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam kajian komunikasi terutama dalam bidang perkembangan media sosial dan teknologi komunikasi dalam bentuk Budaya populer .

DAFTAR PUSTAKA

- Admin Kamibijak.com flash, Trend *Fashion* dari Masa ke Masa di Indonesia, 2021 <https://www.kamibijak.com/v/trend-fashion-dari-masa-ke-masa-di-indonesia>
- Agusta, Ivanovich *Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif*, 2018 <https://D1wqtxts1xzle7.Cloudfront.Net/34265413/Ivan-Pengumpulan-Analisis-Data-Kualitatif-Libre.Pdf?>
- Akhmad, Irwan, *Inilah Lima Kota Mode Dunia, Salah Satunya Markas Rossoneri*, Bandung: Banungklik <https://Bandungklik.Com/Inilah-Lima-Kota-Mode-Dunia-Salah-Satunya-Markas-Rossoneri/Gaya-Hidup/Mode/>
- Amal, Duryantin “*Budaya pop dan media massa*”, Skripsi (Sukarta: Universitas Sebelas Maret, 2011)
- Amal, Duryanti
- Anastasya, Maressa *Sejarah, Fungsi, Manfaat, Ciri, Contoh, Perkembangan Dan Tipe Gaya*. 2021 <https://adammuiz.com/pengertian-fashion/>
- Annora, *Sejarah Mengenai Perkembangan Fashion di Indonesia pada Tahun 1950-2022*, https://www.kompasiana.com/annora69997/6345f34d08a8b50d922d0422/sejarah-mengenai-perkembangan-fashion-di-indonesia-pada-tahun-1950-2022?page=1&page_images=1
- Azwar, Saifudin *Metode Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Pelaja, 2012)
- Bungin, Burhan *Metode Peneitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006)
- Diansi, Nofri Ario *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 20 Maret 2023
- Diantoffa, Yoga *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 28 Februari 2023
- Dewaweb Team, *10 Fitur Instagram Yang Dapat Membantu Memasarkan Produk*, Jakarta: Dewaweb, 2022 <https://Www.Dewaweb.Com/Blog/Fitur-Instagram/>

- Dosen geografi, *Pengertian Penyajian Data, Bentuk, dan 3 Contohnya*, 2022
<https://dosengeografi.com/penyajian-data/>
- Dr. Farid Hamid U. M.Si. "*Media Dan Budaya populer*" Jakarta: Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Mercubuana.
- Dosensosiologi, *Pengertian Budaya populer, Ciri, Proses, Macam, Dan Contohnya*, Dosensosiologi.Com, 2021
<https://Dosensosiologi.Com/Budaya-Populer/>
- Efendi, Zulfan *Budaya pop Dan Persaingandentitas (Studi Deskriptif Pada Komunitas Anime Attack On Titan)*. Skripsi (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021)
- Fanani, Muhammad Farih *Instagram Adalah Media Sosial Berbasis Foto Dan Video, Pahami Fungsi Dan Fiturnya*, Sumut: Merdeka.Com, 2022
<https://www.Merdeka.Com/Sumut/Instagram-Adalah-Media-Sosial-Berbasis-Foto-Dan-Video-Simak-Penjasannya-Kln.Html>
- Gustam, Rizky Ramanda" *Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan*", Ejournal Ilmu Komunikasi, No. 3 (2015)
- Habsari, Sinung Utami Hasri "*Fashion Hijab dalam Kajian Budaya populer*", Jurnal Ppkm Ii (2015)
- Hamid, Farid *Media Dan Budaya populer*, (Jakarta: Universitas Mercubuana)
- Hamdani M. Syam, "*Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya populer korea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh*", Avant Garde | Jurnal Ilmu Komunikasi Vol III No .1 (2015)
- Hardani Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Cv. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Humas Univ Makasar, *Metode Penelitian Kualitatif Dengan Jenis Pendekatan Studi Kasus*, 2016 <https://Penalaran-Unm.Org/Metode-Penelitian-Kualitatif-Dengan-Jenis-Pendekatan-Studi-Kasus/>
- Ilhamdi, *4 Brand Fashion Populer Terbaik Dandigandrungi Anak Muda Di Tahun 2022*, Dki Jakarta: Ultra Voucher, 2022 <https://ultravoucher.co.id/4-brand-fashion-populer-terbaik-dan-digandrungi-anak-muda-di-2022/>
- Janeri, Mikael *Wawancara Pada Mahasiswa IAIN*, Pada 03 Maret 2023

- Julianto, Suranto, proses terbentuknya budaya dan tradisi, 2012 <http://suranto-antasura.blogspot.com/2012/12/proses-terbentuknya-budaya-dan-tradisi.html>
- Kaparang, Olivia m. “Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi(Studi pada siswa SMA Negeri 9, Manado)” Journal “Acta Diurna” Vol.II No.2 (2013)
- KemenkeuRI, *Media sosial sebagai alat komunikasi dan Informasi organisasi yang efektif.* <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html>
- Khoiri, Andri Iswal *Dampak Instagram Terhadap Trend Berpakaian Islami Mahasiswi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2016*, Skripsi (Lampung : UIN Raden Intan Lampung, 2019)
- Kusherdiana, R. *Pengertian Budaya, Lintas Budaya, dan Teori yang Melandasi Lintas Budaya* (Bandung: Stp Bandung, 2020)
- Lestari, Zaskia, Lukman Asha, and Bursa Febriyani. “Persepsi Masyarakat Kampus Curup Terhadap Ma’had Al-Jami’ah STAIN Curup” Diss. Institut Agama Islam Negeri Curup, 2016
- Maharani, Prima Ayu Rizqi “ *Sosial Media, Public Space,And Culture Pop*”, IAIN Kediri, Vol. 3 No. 1 (2018)
- Mahendra, Ikhsan Tila “*Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*”. Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017)
- Mayendra, Derry *Budaya populer*, Jakarta Pusat: Universitas Gunadama, 2021 <https://Derrymayendra.Blogspot.Com/2011/10/Budaya-Populer.Html>
- Meleong, Lexi J., and P. R. R. B. Edisi. “*Metodelogi Penelitian*” Bandung : Penerbitan Remaja Rosdakarya (2004) Jenis, D., and Sumber Data. “*C. Subjek penelitian.*” Pengelolaan Perputakaan di Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah.
- Nasution, M. A. *Azas-azas Kurikulum*, (Bandung, Terate, 1964)
- Putri, Hamada Nofita *Metode Dokumentasi Dalam Penelitian Kualitatif, Beserta Penjelasanna*, 2021 <https://Vocasia.Id/Blog/Metode-Dokumentasi-Dalam-Penelitian-Kualitatif/>

- Puspita, Ayudia *Wawancara Mahasiswa Iain Curup*, Pada Tanggal 21 Maret 2023
- Pratama, Adhitya Prasta *Dilema Budaya populer: Anak Muda, Anime, Dan Fashion*. Di Yogyakarta: Ibimes.Id, 2021 <https://Ibtimes.Id/Anak-Muda-Anime-Dan-Fashion/>
- Rabbani, Aletheia, *definisi Budaya populer, proses, ciri, jenis, contoh ,dampak dan perkembangannya di Indoensia*, Jakarta: Sosial79, 2020 <https://sosial79.com/2020/05/definisi-budaya -populer-proses-ciri.html>
- Ramadani, Dani, *Definisi Budaya Ppuer, Proses, Ciri, Jenis, Contoh, Dampak, Dan Perkembangannya Di Indonesia*, Kuningan Jawa Barat: Fak. Sosiologi Unlam, 2020 <https://www.sosial79.com/2020/05/definis-budaya-popuer-proces-ciri.html?m=1>
- Rizka, Feby Febriyadi Nur “*Fashion Thrifting Sebagai Budaya populer Di Kalangan Mahasiswa*”. Skripsi (Bandung: FISIP UNPAS, 2022)
- Rizaty, Monavia Ayu *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat Di Dunia*, 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Rizati, Monavia Ayu *Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram Per Kuartal I 2022*, Dtaboks, 2022 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>
- Rufaida, Amaliya *Keabsahan Data Kualitatif*, 2015 <https://Www.Kompasiana.Com/Amaliya0009/556b6cb7957e61ff617096e2/Keabsahan-Data-Kualitatif>
- Sari, Astari Clara *et all, Komunikasi Dan Media Sosial, makasar*: Fakultas Sastra, Universitas Muslim Indonesia, 2018
- Salmaa, *Reduksi Data: Pengertian, Tujuan, Langkah-Langkah, dan Contohnya*, 2022 <https://penerbitdeepublish.com/reduksi-data-adalah/>
- Salma, *Teknik Pengambilan Sampel: Pengertian, Jenis-Jenis, Dan Contohnya*, D.I Yogyakarta: Deepublish, 202 <https://Penerbitdeepublish.Com/Teknik-Pengambilan-Sampel/>
- Senikomunikasi, *Pengertian Media Sosial dan Jenis-Jenisnya*, 2022 <https://senikomunikasi.com/pengertian-media-sosial-dan-jenis-jenisnya/>

- Sidiq, Anwar pemanfaatan instagram sebagai media sosial (study akun @fuadbakh). Skripsi Dakwah dan Ilmu Komunikasi. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung , 2017)
- Sitangga, Ledy Femina, Eddy Lin, Offeny, “*Perspektif Mahasiswi Prodi Ppkn Universitas Palangka Raya Tentang Budaya populer Korea (K-Pop) Terhadap Gaya Hidup*” No. 2(2021)
- Situmeang, Ilona V. Oisina *Pemanfaatan Media Massa Terhadap Hallyu Sebagai Budaya populer Dan Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta Utara)*. Jurnal Komunikologi Volume 12 Nomor 1, (2015)
- Suryani, Fitria Listie “*Instagram Dan Fashion Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram Terhadap Trend Fashion Remaja Dalam Akun @Ootdindo Tahun 2014*”. Skripsi (Surakarta: Fisip Jur. Ilmu Komunikasi Uns, 2015)
- Suryani, Fitria Listie Dan Ch. Heni Dwi Suwarti, *Instagram Dan Fashion Remaja*, Surakarta: Fisip Universitas Sebelas Maret (2014)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, R dan D* (Bandung : Alfaberta, 2012)
- Sukarman, Syarnubi *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Rejang Lebong: Lp2 Stain Curup, 2014).
- Sudarto, Lailiya Mufidatul, “*Implikasi Trend Fashion Terhadap Prilaku Sosial Calon Pendidik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Profram Studi Pendidikan Agama Islam Iain Kediri)*. Thesis, (Kediri: IAIN Kediri, 2020)
- Syam, Hamdani M. “*Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya populerkorea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh*”, *Avant Garde | Jurnal Ilmu Komunikasi Vol III No .1* (2015)
- Teniwut, Meilani *Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian*, 2022 <https://M.Mediaindonesia.Com/Humaniora/539107/Teknik-Pengumpulan-Data-Dan-Metode-Penelitian>
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1988)
- Thabroni, Gamal *Media Sosial – Pengertian, Sejarah, Contoh & Dampak*, Serupa.Id, 2022 <https://Serupa.Id/Media-Sosial-Pengertian-Sejarah-Contoh-Dampak/>

Trisnawati, Tri Yulia “*Fashion* Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikas”
The Messenger Volume Iii, No. 1, (2011)

Tyaswara, Baruna *Et All* “*Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung*” Jurnal Komunikasi, Volume Viii No. 3 (2017)

Umarti Dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020)

Website Resmi APJII

Yuniarti, Eva *Kenali Ciri-ciri Budaya populer Beserta Penjasannya*
<https://haloedukasi.com/ciri-ciri-budaya-populer>

L

A

M

P

I

R

A

N

PEDOMAN WAWANCARA

1. Mulai sejak kapan anda menggunakan instagram?
2. Dalam sehari berapa kali anda mengupload foto, reels, dan story?
3. Menurut anda apa perbedaan media sosial instagram dibanding dengan media sosial lainnya?
4. Informasi apa saja yang sering anda cari diinstagram?
5. Apa yang menjadi daya tarik anda dalam memilih instagram sebagai media sosial yang digunakan?
6. Mulai sejak kapan anda hobi dengan fashion?
7. Fashion yang anda tampilkan di instagram itu kan beragam, nah biasanya anda lebih mengenakan fashion dari budaya mana? Apakah dari tokoh publik budaya tersebut?
8. Awal mula anda bisa menyukai fashion-fashion dari budaya luar itu bagaimana?
9. Selain fashion apakah ada hal lain yang membuat kakak tertarik untuk mengikuti budaya dari luar tersebut?
10. Apakah ada pemaknaan dari setiap fashion yang kaka tampilkan di instgram ?



Wawancara Dengan Informan Nofri Ario Diansi Pada Tanggal 20 Maret 2023



Wawancara Dengan Informan Yoga Diantoffa pada tanggal 28 februari 2023



Wawancara Dengan Informan Mikel Janeri Pada Tanggal 03 April 2023



Wawancara Dengan Informan Ayudia Puspita pada tanggal 21 maret 2023



BIODATA PENULIS

Shela Novika adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir dari orang tua yang bernama Hamdani dan Suryani sebagai anak ke tiga dari tiga bersaudara. Penulis di lahirkan di Desa Tabareah Dusun II, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu pada tanggal 12 November 2000. Penulis Menempuh Pendidikan Mulai Dari SDN 08 Curup Utara tahun 2007, Melanjutkan Ke SMPN 01 Curup Utara pada tahun 2013 dan SMAN 3 Rejang Lebong pada tahun 2016 dan Institut Agama Islam Negeri Curup hingga akhirnya bisa menempuh masa kuliah di Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).

Penulis juga aktif di dunia organisasi Mapala yan bernama Mapasta yaitu merupakan organisasi pecinta alam yang ada di lingkungan Institut Agama Islam Negeri Curup.

Dengan ketekunan dan motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Peran Budaya Populer Di Media Sosial Instagram Dalam Perkembangan Fashion Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)”