

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini semakin meningkat dengan sangat pesat, yang mana banyak memberikan dampak yang begitu besar. Hal ini terbukti dengan munculnya media sosial yang memberikan informasi dengan sangat cepat tanpa batasan ruang dan waktu. Saat ini, Indonesia menduduki posisi keempat secara global dalam daftar negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak setelah China, India, dan Amerika Serikat (Statista, 2023). Mengutip Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia (APJII), pada tahun 2022 hingga awal tahun 2023 ada sebanyak 215 juta pengguna internet di Indonesia atau naik 2,67% dari periode sebelumnya (APJII, 2023). Indonesia juga menjadi negara dengan durasi akses internet tertinggi di urutan ke delapan secara global dengan rata-rata waktu penggunaan yang mencapai lebih dari 8 jam per hari (Kemp, 2020). Media sosial sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat, yaitu sebagai sarana komunikasi sekaligus untuk memperoleh informasi. Media sosial yang berkembang di Indonesia sangat beragam, seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, dan lain sebagainya.

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang diakses oleh semua kalangan, terutama kalangan anak muda. Melalui Instagram, seseorang dapat mengunggah foto atau video, mempublikasikannya dan terpampang pada *feeds* pengguna yang lain. Saat ini Instagram banyak digunakan oleh penggunanya sebagai media eksistensi diri. Yang mana Instagram memberikan andil yang tidak sedikit bagi berkembangnya *trend* busana yang kemudian diikuti oleh sebagian besar perempuan yang ingin tampil trendi dan modis.

Evolusi *fashion* tidak terlepas dari hadirnya media yang memegang peranan penting, sehingga media digunakan sebagai alat interaktif yang mudah digunakan untuk melihat perkembangan *fashion*. *Fashion* atau gaya berbusana pada masa ini dianggap sebagai salah satu unsur yang dapat menggambarkan

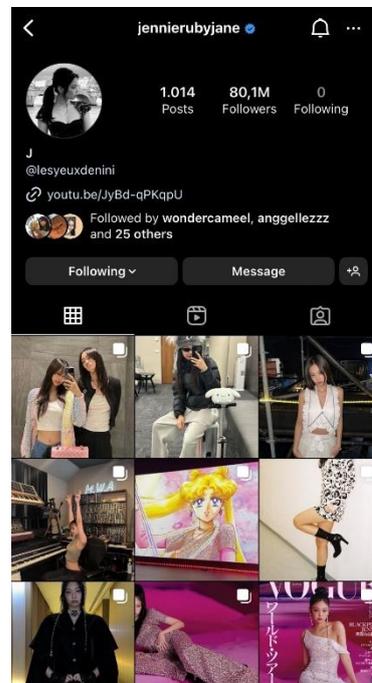
identitas pengguna meliputi latar belakang, kepribadian, perasaan, asal usul, dan status sosial pengguna. Oleh karena itu, *fashion* atau gaya berbusana menentukan pesan yang ditampilkan (Feisol, 2018). Berbicara tentang *fashion* tentunya tidak lepas dari segala hal yang ada dalam diri kita. Tidak heran jika *fashion* sendiri menjadi salah satu prioritas utama dalam gaya hidup dan sejalan dengan *trend* yang berkembang di masyarakat. *Trend fashion* ada karena adanya berbagai media, sehingga memudahkan untuk mempublikasikan berbagai *tips* dan *trend fashion*. *Trend fashion* tentunya berkaitan dengan unsur kebaruan, karena *fashion* itu sendiri tidak bersifat kekal dan dapat berubah sewaktu-waktu (Tyaswara et al., 2017).

Trend fashion telah mengalami perubahan sejak lama, bahkan bisa menyebar ke seluruh penjuru dunia. Saat ini penyebaran tersebut berkaitan dengan budaya populer yang sedang menjadi *trend* dan banyak peminatnya. Budaya populer dapat di kaitkan dengan isu keseharian yang dapat dinikmati oleh kelompok manapun, seperti musik, film, *fashion*, dan sebagainya. Perkembangan *fashion* Korea di Indonesia menarik banyak perhatian, banyak remaja khususnya yang menyukai *K-Pop* dan Drama Korea dan mulai meniru gaya penampilan mereka. Hal ini memudahkan mereka untuk mengikuti gaya penampilan seperti gaya pakaian, *make up*, gaya rambut, aksesoris, dan lain sebagainya.

Hal ini ditandai dengan munculnya grup-grup musik, salah satunya Blackpink. Saat ini, Blackpink merupakan grup global dengan jutaan penggemar disetiap negara. Hampir sebagian besar orang pasti mengenal Blackpink, sehingga tidak dipungkiri bahwa Blackpink mempunyai kekuatan untuk menarik perhatian dan kepercayaan publik terhadap mereka. Seperti halnya ketika Blackpink menggunakan produk makanan atau mengenakan pakaian, maka penggemarnya dengan sigap akan mencari produk dan pakaian yang serupa. Hal ini terjadi karena mereka ingin memiliki kesamaan dengan idolanya.

Melalui prestasi Blackpink membuat banyak perusahaan ingin menjadikannya *brand ambassador*. Hal ini dikarenakan mereka memiliki daya tarik yang diyakini dapat menarik konsumen. Bahkan setiap member telah menjadi *brand ambassador* bagi beberapa produk *fashion* ternama, salah satunya

yaitu Jennie. Jennie merupakan personil Blackpink yang mempunyai jutaan penggemar di Instagram sebanyak 84,7 juta followers pada akun Instagram pribadinya. Jennie menduduki peringkat kedua setelah Lisa (Blackpink) yang termasuk dalam most followed K-pop idols on Instagram 2023 (Michelle Ernesta, 2024). Jennie juga di dapuk oleh *brand fashion* ternama asal perancis yaitu Chanel, selain itu ia juga menjadi *Global Ambassador brand* Calvin Klein, Gentle Monster, Hera dan masih banyak yang lainnya. Pemilihan Jennie sebagai *ambassador* Chanel sendiri disebut-disebut karena berbagai faktor, diantaranya seperti gaya berpakaian *main rapper* BLACKPINK itu yang terlihat trendi, hingga loyalitasnya terhadap Chanel. Jennie disebut sebagai “*Human Chanel*” dan keberadaannya telah mendukung reputasi mewah Chanel dan menarik perhatian generasi muda yang aktif di media sosial. Jennie juga memiliki karakter yang imut dan seksi sehingga itu juga menjadi salah satu faktor dipilihnya Jennie sebagai *brand ambassador* Calvin Klein (Maulia Syaharani, 2022).



Gambar 1. 1 Screenshot Akun Instagram @jennierubyjane (10 Juli 2023)

Sumber : (<https://instagram.com/jennierubyjane>)

Aktivitas media sosial Jennie memainkan peran besar. Dengan jutaan pengikut di Instagram, dengan menampilkan produk dan menerima jutaan *likes* dan komentar, yang secara langsung meningkatkan eksposur merek di *platform* digital. Hal ini menunjukkan bagaimana Jennie mampu meningkatkan keterlibatan digital dan visibilitas merek secara signifikan. Secara keseluruhan, Jennie telah membantu *brand* tetap relevan di kalangan konsumen muda dan memperluas jangkauan pasar mereka, sekaligus memperkuat citra merek sebagai ikon *fashion* yang mampu beradaptasi dengan *trend modern*.

Dengan keahlian Jennie dalam menggabungkan berbagai gaya dan citra *fashion* serta memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan *trend* terbaru, wajar jika Jennie menjadi inspirasi bagi banyak orang. Sehingga Jennie selalu berhasil menciptakan berbagai *trend*, mulai dari *fashion* atau apapun itu. Maka dari itu Jennie dianggap menjadi representasi *trendsetter* dari *fashion* itu sendiri. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti memilih akun Instagram @jennierubyjane karena memberikan inspirasi tentang *fashion style* yang cocok di kalangan remaja dalam mencari inspirasi *trend fashion*. Dalam penelitian tersebut, peneliti memilih judul “Analisis Isi Kualitatif Representasi *Trend Fashion Style* pada akun Instagram @jennierubyjane (Jennie BLACKPINK).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu : “Bagaimana *trend fashion style* direpresentasikan oleh akun Instagram @jennierubyjane?”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu : “Untuk menganalisis isi konten *trend fashion style* yang direpresentasikan pada Intagram @jennierubyjane”.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah diuraikan diatas, terdapat manfaat penelitian didalamnya. Adapun uraian dari manfaat penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan analisis isi kualitatif representasi *trend fashion style* di Instagram.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman bagaimana *trend fashion style* direpresentasikan oleh akun Instagram @jennierubyjane. Selain itu diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak yang berminat dalam melakukan penelitian dan dalam memperluas wawasan mengenai representasi *trend fashion style* di Instagram.

E. Batasan Penelitian

Untuk membatasi agar penelitian ini tidak meluas cakupan kajiannya, maka peneliti akan membatasi permasalahan ini. Batasan pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian hanya dilakukan pada Instagram @jennierubyjane
2. Penelitian hanya menganalisis postingan berdasarkan kategori yang telah ditentukan.
3. Berdasarkan kategori yang telah ditentukan, peneliti memilih postingan dengan jumlah lebih dari 5 juta *likes*.
4. Penelitian hanya menganalisis isi postingan yang terdapat dalam feeds di Instagram @jennierubyjane dari bulan September sampai Maret 2024 yaitu postingan dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Hal ini peneliti tentukan agar data yang didapat masih terbilang baru. Yang mana penelitian ini akan berfokus mengenai “Analisis isi kualitatif representasi *trend fashion style* pada akun Intagram @jennierubyjane”.

F. Kajian Pustaka

1. Penelitian Sebelumnya

| No | Peneliti | Judul & Sumber | Perbedaan | Persamaan |
|----|----------|----------------|-----------|-----------|
|----|----------|----------------|-----------|-----------|

| | | | | |
|----|--|---|---|--|
| 1. | Sakinah, N., Nanda, D. M., & Tohiruddin, T. | <i>Trend Fashion</i> di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negri Surabaya. Sumber : http://proceeding.unesa.ac.id | Penelitian ini membahas tentang bagaimana memahami macam-macam <i>trend fashion</i> yang disukai atau digemari oleh mahasiswa atau mahasiswi Universitas Negri Surabaya. Serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh <i>fashion</i> bagi mereka dalam kehidupan sehari-hari. | Persamaannya sama-sama membahas tentang <i>trend fashion</i> . |
| 2. | Muhamad Sholeh | Pemaknaan Anak-Anak Perempuan terhadap Representasi Kode-Kode Feminin dalam Video Klip Blackpink 'Kill This Love'. Sumber : http://eprints.undip.ac.id/84057/ | Penelitian ini membahas tentang bagaimana memahami keberagaman pemaknaan anak perempuan terhadap kode feminim dalam video klip Blackpink yang berjudul "Kill this Love". | Persamaan penelitian ini pada metode analisis data dan representasi teori yang digunakan penunjang penelitian bagi peneliti. |
| 3. | Nangtjik, B. A., Kumbara, A. N. A., & Wiasti, N. M. | TREN <i>FASHION</i> PADA KALANGAN GENERASI-Z DI KOTA DENPASAR Sumber : http://jurnal.anfa.co.id | Penelitian ini lebih membahas tentang praktik <i>fashion</i> pada kalangan Generasi-Z di Kota Denpasar dan dampak <i>fashion</i> | Persamaannya sama-sama membahas tentang <i>trend fashion</i> . |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | terhadap kehidupan Generasi-Z di Kota Denpasar. | |
|--|--|--|---|--|

Tabel 1. 1 Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bahan informasi, referensi, dan dukungan sebagai perbandingan untuk dijadikan tinjauan Pustaka. Peneliti menggunakan 3 referensi penelitian terdahulu, sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nazjar Sakinah, Dimas Mega Nanda, Tohiruddin dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya pada Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) 2022 Volume, 01 Tahun 2022 dengan judul “*Trend Fashion* di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya.” Perbedaan pada penelitian ini yaitu membahas membahas tentang bagaimana memahami macam-macam *trend fashion* yang disukai atau digemari oleh mahasiswa atau mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. Serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *fashion* bagi mereka dalam kehidupan sehari-hari. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas tentang *trend fashion*.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Sholeh yang merupakan penulis skripsi dari Universitas Diponegoro pada tahun 2020 dengan judul “Pemaknaan Anak-Anak Perempuan terhadap Representasi Kode-Kode Feminin dalam Video Klip Blackpink ‘*Kill This Love*’.” Perbedaan pada penelitian ini membahas tentang bagaimana memahami keberagaman pemaknaan anak perempuan terhadap kode feminin dalam video klip Blackpink yang berjudul “*Kill this Love*”. Persamaan dengan penelitian ini pada metode analisis data dan representasi teori yang digunakan penunjang penelitian bagi peneliti.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Bintang Andiraputra Nangtjik, A.A. Ngr. Anom Kumbara, Ni Made Wiasti dari Universitas Udayana pada Jurnal Socia Logica Vol.3, No.42023 E-ISSN 2961-7529 dengan

judul “*TREN FASHION PADA KALANGAN GENERASI-Z DI KOTA DENPASAR.*” Perbedaan pada penelitian ini yaitu lebih membahas tentang praktik fashion pada kalangan Generasi-Z di Kota Denpasar dan dampak *fashion* terhadap kehidupan Generasi-Z di Kota Denpasar. Adapun penjelasan terkait isu-isu yang berhubungan dengan *fashion*. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas tentang *trend fashion*.

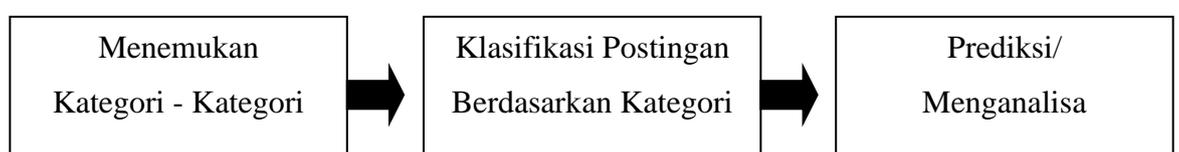
2. Kerangka Teori

a. Analisis Isi Kualitatif

Menurut Klaus Krippendorff (1993), analisis isi tidak hanya menjadikan isi pesan sebagai objeknya, tetapi juga merujuk pada ide-ide baru tentang fenomena simbolik dalam dunia komunikasi (Putri & Lukmantoro, 2015). Analisis isi yang sifatnya kualitatif tidak hanya mampu mengidentifikasi pesan-pesan *manifest*, tetapi juga pesan tersembunyi dalam dokumen yang sedang diteliti. Oleh karena itu, lebih mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan *context* (situasi sosial seputar dokumen atau teks yang diteliti), *process* (bagaimana suatu proses produksi media atau isi pesannya dikreasi secara aktual dan diorganisasikan secara bersama) dan *emergence* (pembentukan secara gradual atau bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan interpretasi) dari dokumen-dokumen yang diteliti (Bungin, 2004 : 144-147).

Cara kerja atau logika analisis data ini sebenarnya sama dengan kebanyakan analisis data kuantitatif. Peneliti memulai analisisnya dengan menggunakan kategori tertentu, mengklasifikasikan data tersebut berdasarkan kriteria tertentu, serta melakukan prediksi dengan teknik analisis yang tertentu pula.

Secara lebih jelas, alur analisis dengan menggunakan Teknik Content Analysis.



Bagan 1. 1 Teknik Content Analysis

b. Representasi

Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Konsep kebudayaan sangat luas, kebudayaan mencakup ‘pengalaman berbagi’. Jika orang-orang ditempat tersebut berbagi pengalaman, kode budaya, bahasa, dan pemahaman yang sama, seseorang dianggap berasal dari kebudayaan yang sama.

Konsep representasi sendiri dilihat sebagai produk dari proses representasi. Representasi mencakup tidak hanya bagaimana identitas budaya disajikan atau dikonstruksikan dalam sebuah teks, tetapi bagaimana proses produksi dan bagaimana masyarakat melihat nilai-nilai budaya yang direpresentasikan. Merepresentasikan ini bersifat subjek, karena gambar yang ditampilkan mungkin baik atau buruk (An Nur & Hariyanti, 2019).

Menurut (Hall, 2003) ada dua proses representasi yaitu :

- a. Representasi mental, adalah konsep tentang sesuatu yang ada dalam pikiran kita yang masih berbentuk abstrak.
- b. Representasi bahasa, bertujuan untuk menggambarkan struktur makna suatu tanda. Bahasa memegang peranan penting dalam menyampaikan makna. Untuk mengaitkan konsep dan ide tentang sesuatu dengan satu atau lebih simbol tertentu, kita perlu menerjemahkan konsep abstrak dalam pikiran kita ke dalam bahasa yang sama.

Teori representasi ini terdapat tiga pendekatan yakni reflektif, intensional, dan konstruksionis yang diartikan sebagai berikut (Pratama, 2020) :

- a. *Reflective approach*, menjelaskan tentang realitas seperti sebuah cermin yang dapat merefleksikan keadaan yang sesungguhnya ada.

- b. *Intentional approach*, berarti sebuah bahasa yang dapat digunakan untuk mengekspresikan dari makna setiap individu seseorang.
- c. *Constructionist approach*, suatu bahasa yang dapat merepresentasikan konsep diri dengan tujuan untuk mengartikan suatu bahasa, bukan mengkonstruksikan arti dengan sistem representasi.

Representasi mengacu pada komposisi media apapun (khususnya media) yang mencakup seluruh fakta dan aspek realitas, seperti publik, tujuan, kejadian, sampai identitas budaya (M.B.P & Wahyuningratna, 2021). Representasi ini digunakan untuk menciptakan hubungan dari simbol dan makna hingga proses mengungkapkan sesuatu yang mempunyai arti. Ketika kita menggunakan alat komunikasi seperti *smartphone*, hal tersebut merupakan bentuk interaksi yang tidak nyata, sehingga peran media elektronik yang ada di dalamnya membentuk simbol dan makna agar penggunaannya dapat dengan mudah memperoleh dan menerima informasi melalui audio, video maupun gambar. Dengan demikian pada penelitian ini digambarkan melalui sebuah gambar postingan Instagram dengan cara melihat dan menganalisis isi konten dari postingan tersebut berdasarkan *likes* dan *comment* sesuai dengan fokus penelitian.

c. *Trend Fashion*

Fashion adalah segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh untuk melindungi maupun mempercantik penampilan. Berbicara tentang *fashion* pasti tidak terlepas dari segala hal yang ada dalam diri kita. Tidak heran jika *fashion* sendiri menjadi salah satu prioritas utama dalam gaya hidup untuk beradaptasi dengan *trend* yang semakin berkembang di masyarakat. Cakupan *fashion* tidak hanya berkaitan dengan gaya berpakaian, tetapi juga gaya hidup melalui cara mengenakan tas, sepatu, aksesoris, *make up*, tatanan rambut dan lain sebagainya (Ramadhan, 2019).

Adapun jenis-jenis fashion yang banyak digunakan sebagai berikut (Guritno, 2022):

a. *Vintage Style*

Trend fashion era 20-an hingga 60-an kembali menjadi trend. Gaya pakaian ini menggunakan warna-warna lembut (*soft*). Pakaian yang dikenakan meliputi kemeja longgar, rok midi, celana kulot, gaun midi, dan lainnya.

b. *Chic Style*

Trend fashion modern dengan kombinasi pakaian yang tidak pernah ketinggalan jaman. *Style* yang digunakan sangat sederhana namun tetap terlihat elegan dan berkelas. Seperti *outer, wrap coat, blouse, jeans, sneakers*, dan lainnya.

c. *Retro Style*

Meskipun mirip dengan gaya *vintage*, namun memiliki makna yang berbeda karena retro berasal dari era 80-an. Jenis pakaiannya antara lain, celana *corduroy*, topi fedora, pakaian dengan warna yang terang, dan masih banyak lagi.

d. *Casual Style*

Dalam kegiatan sehari-hari, orang-orang banyak yang menggunakan pakaian ini. Sebuah gaya berbusana yang memberikan kesan *simple*, santai dan sederhana. Misalnya memadukan *jeans, kaos, jaket, crop top, sneakers, dan flat shoes*.

e. *Street Style*

Trend fashion yang bersifat unik dan diciptakan oleh para anak muda dengan selera berpakaian mereka. *Street fashion* juga mempunyai ciri khas jalanan. Selain itu, tampilannya juga tetap modis saat digunakan untuk *hangout* maupun jalan-jalan. Seperti kemeja kotak, *jeans, sneakers*, dan lainnya.

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi penyebaran budaya *trend fashion* dalam suatu kelompok masyarakat adalah kemajuan dalam teknologi, industri dan hiburan. Adanya platform media sosial dan

internet cenderung mendorong seseorang untuk menjadi sasaran dan mendapatkan perhatian dari khalayak. Dengan munculnya berbagai *trend fashion* yang unik, para selebriti atau *public figure* tertarik dan ingin tampil menjadi *trendsetter*.

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan dunia *fashion* yaitu (Mega, 2017):

- a) Media massa, baik media cetak maupun elektronik selalu memberikan informasi seputar dunia *fashion*. Keduanya memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan public dan merekomendasikan trend fashion yang harus diikuti.
- b) Dunia *entertainment*, tentunya jelas memainkan peran yang signifikan dalam penyebaran *trend fashion* ke masyarakat umum. Dengan terus bermunculan diberbagai media dan berganti-ganti gaya, para selebriti sukses mengikuti trend dan berhasil mendorong publik untuk mengikutinya. Jika seorang idola mengikuti *trend fashion* sudah menjadi hukum alam mereka akan dijadikan *trendsetter* dan diikuti oleh penggemar mereka.
- c) Internet, tanpa kita sadari internet juga memainkan peran penting dalam menyebarkan berbagai *trend fashion*. Misalnya melalui *website* tertentu yang terus memberikan informasi tentang *trend fashion* terkini. Informasi khusus tentang *trend fashion* terbaru menyebar dengan cepat di kalangan publik.
- d) Dunia bisnis, hal ini juga berkontribusi besar dalam perkembangan *trend fashion* di Indonesia. Tingginya peminatan pasar terkait *trend fashion* baru. Demi meningkatkan keuntungan, penjual berlomba-lomba menarik konsumen dengan memanfaatkan *trend fashion*. Dengan menambahkan imajinasi pada desain pakaian, *trend fashion* berkembang dengan mudah, pedagang pakaian lain pasti akan mengikuti langkah tersebut.
- e) Dunia musik, ini menjadi salah satu faktor berkembangnya *trend fashion*. Saat ini sedang maraknya fenomena *boy band* dan *girl band*

di dunia musik. Jadi, suka atau tidak para *fans* juga tertarik dengan *trend fashion* idolanya.

d. Media Sosial Instagram

Di era globalisasi saat ini media sosial memiliki peranan yang sangat penting bagi masyarakat. Hal ini terbukti dengan munculnya media sosial yang memberikan informasi dengan sangat cepat tanpa batasan ruang dan waktu. Mengutip Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia (APJII), pada tahun 2022 hingga awal tahun 2023 ada sebanyak 215 juta pengguna internet di Indonesia atau naik 2,67% dari periode sebelumnya (APJII, 2023). Indonesia juga menjadi negara dengan durasi akses internet tertinggi di urutan ke delapan secara global dengan rata-rata waktu penggunaan yang mencapai lebih dari 8 jam per hari (Kemp, 2020). Media sosial sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat, yaitu sebagai sarana komunikasi sekaligus untuk memperoleh informasi. Hampir seluruh kegiatan manusia memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi memunculkan berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi informasi, seperti *e-government*, *e-commerce*, *e-education* dan lainnya (Gumilar et al. 2014).

Salah satu teknologi informasi komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial Instagram. Instagram adalah bentuk komunikasi yang dimana pengguna dapat dengan mudah membagikan informasi berupa *photo* atau video yang disebut dengan "*updates*" (Hu, Manikonda, and Kambhampati 2014). Mudahnya cara penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Instagram diluncurkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 6 Oktober 2010. Menurut mereka, nama Instagram merupakan gabungan dari *instan camera* dan telegram dan dapat diinstal diberbagai sistem operasi ponsel cerdas, mulai dari Apple App Store, Google Play, dan Windows Phone Store (Mcquail, 2012). Haddow (2014) menyatakan

bahwa media sosial adalah alat, teknologi dan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif dan pertukaran konten antara pengguna yang perannya fleksibel baik sebagai pengirim maupun penerima pesan. Instagram adalah salah satu jenis media sosial yang memungkinkan penggunaannya berbagi informasi. Instagram berfokus dalam membagikan gambar dan video, namun Instagram juga menyediakan ruang bagi pengguna untuk menulis pesan dan keterangan pada gambar dan video yang mereka bagikan. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media berbagi, tetapi juga digunakan untuk menyebarkan suatu informasi.

a. Fitur-fitur Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang mempublikasikan berbagai gambar dan berikut fitur-fitur yang ada di Instagram (Citra Antasari, 2022):

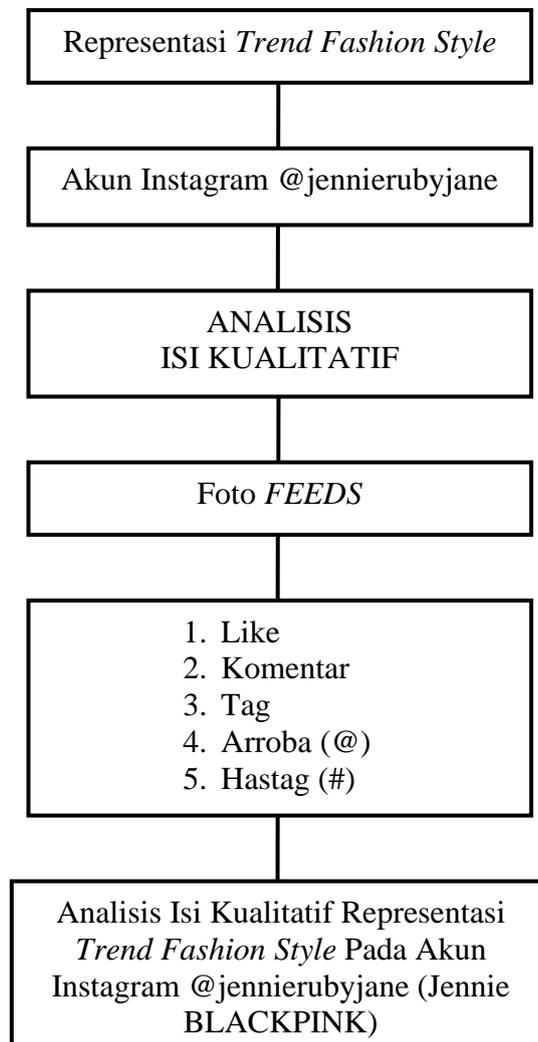
- 1) Pengikut / *followers*, dengan mengikuti akun pengguna lain atau memiliki pengikut Instagram.
- 2) Unggah Foto, sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.
- 3) Kamera Foto, berfungsi untuk mengambil foto.
- 4) Efek foto, Instagram memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak mengedit fotonya.
- 5) Judul Foto / Nama Foto, yang akan di unggah sebelumnya disunting terlebih dahulu, kemudian dibawa ke halaman selanjutnya.
- 6) Arroba (et/@), para pengguna dapat menyinggung pengguna lain dengan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut.
- 7) Label Foto, sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “kata kunci”.
- 8) # / Hastag, memudahkan seseorang untuk mencari sesuatu.
- 9) Geotagging, adalah identifikasi metadata geografis pada suatu website ataupun foto.

- 10) Jejaring Sosial, pengguna tidak hanya dapat berbagi foto di Instagram, tetapi juga melalui jejaring sosial Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr, dan juga posterous, yang tersedia di halaman untuk membagi foto.
- 11) Tanda Suka (Like), adalah fitur tanda suka yang berfungsi sama seperti di Facebook, menunjukkan bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain. Faktor khusus yang mempengaruhi popular atau tidaknya suatu foto yaitu berdasarkan berapa lama foto tersebut berada di Instagram dengan jumlah like yang diterima. Saat sebuah foto menjadi populer, foto tersebut langsung masuk ke halaman populer dengan sendirinya.

Dengan banyaknya fitur yang ada tidak heran jika Instagram menjadi salah satu media sosial yang sering diakses. Oleh karena itu, Instagram secara tidak sengaja dapat mengubah trend kehidupan masyarakat. Saat ini Instagram banyak menampilkan foto-foto sebagai inspirasi outfit yang modern supaya penggunanya dapat mengikuti trend yang ada.

3. Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan penelitian ini, perlu adanya kerangka berpikir guna untuk menentukan teori-teori yang dapat saling berkesinambungan satu sama lain. Kerangka berpikir dalam penelitian ini akan memberikan panduan kepada peneliti dalam melaksanakan penelitiannya, serta dapat menentukan data-data yang akan diperoleh nantinya. Berikut uraian kerangka berpikir dengan judul *Representasi Trend Fashion Style Pada Akun Instagram @jennierubyjane*:



Bagan 1. 2 Kerangka Pemikiran

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini lebih menitikberatkan pada pendekatan deskriptif di mana bertujuan untuk memberikan deskripsi aspek-aspek ataupun karakter suatu pesan atau teks. Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi dengan pendekatan kualitatif dengan menguraikan data yang diperoleh secara mendalam dan luas dalam penjabarannya (Eriyanto., 2011). Penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul Analisis isi Kualitatif Representasi *Trend Fashion Style* Pada Akun Instagram @jennierubyjane (Jennie

BLACKPINK) ini akan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Di dalam penelitian ini akan menjabarkan analisis isi kualitatif mengenai media instagram @jennierubyjane dalam merepresentasikan *trend fashion style* pada pengikutnya di Instagram.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, subjek penelitian terdapat dalam postingan *feeds* Instagram @jennierubyjane.

b. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu representasi *trend fashion style* Jennie Blackpink dengan melakukan analisis isi pada postingan *feeds* akun Instagram @jennierubyjane periode tahun 2024.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Jalan Pasopati, Kauman, Tamanan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini karena analisis pada media sosial Instagram pada akun @jennierubyjane dapat diakses dimana saja tanpa adanya gangguan dan tempatnya yang mudah dijangkau.

4. Waktu Penelitian

Waktu berlangsungnya penelitian ini dilakukan sejak bulan September sampai Maret 2024.

5. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data melalui pengamatan. Sehingga dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada postingan *feeds* akun Instagram @jennierubyjane tentang *trend fashion style*. Tujuan dari pengumpulan data tersebut untuk mendapatkan data yang relevan dan valid tentang postingan Instagram @jennierubyjane.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013), dokumentasi sendiri ialah suatu teknik dalam proses mengumpulkan data dengan bermacam bentuk, baik itu karya-karya seseorang, tulisan, buku-buku, catatan, gambar-gambar dan data-data historis lainnya. Menurut Sugiono dokumentasi menjadi pelengkap dari teknik pengumpulan data melalui observasi. Artinya peneliti dapat mengumpulkan data-data dari berbagai literasi-literasi seperti buku catatan, serta data-data yang ada diposting *feeds* akun Instagram @jennierubyjane yang mana menjadi informasi untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan peneliti. Dalam hal ini, peneliti mengambil *screenshot* postingan yang dapat mendukung analisis peneliti.

c. Studi Pustaka

Selain dokumentasi yang bertujuan dalam membantu penelitian serta proses analisis, peneliti menambahkan teknik pengumpulan data studi pustaka yaitu pada beberapa buku, dan hasil penelitian lain sebagai referensi.

6. Teknik Analisis Data

a. Pengumpulan Data

Memproses dan menyusun data yang akan dianalisis. Dalam tahap ini peneliti memilih postingan *feeds* di Instagram @jennierubyjane dari bulan September sampai Maret 2024 yaitu postingan dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Hal ini peneliti tentukan agar data yang didapat masih terbilang baru. Lalu peneliti memilih postingan dengan jumlah *likes* lebih dari 5 juta *likes*. Setelah membedakan dan memilih data pada postingan *feeds* tersebut, peneliti menyusun data yang sudah terkumpul untuk nantinya masuk ke dalam proses selanjutnya yaitu reduksi data.

b. Reduksi Data

Reduksi data sendiri ialah strategi penajaman data agar data dan informasi yang telah dikumpulkan semakin jelas yang mampu menunjang kelengkapan data yang diinginkan, menggolongkan atau memilah data-data yang diperlukan dengan mentransformasikan catatan-

catatan data lapangan yang telah terkumpul dengan membuang data yang tidak diperlukan dengan meringkas dan sebagainya.

Dalam tahap ini, peneliti menganalisis relevansi data dengan menggunakan berbagai macam jurnal yang berhubungan dengan *trend fashion style*. Hal ini dimaksudkan agar data diperoleh relevan untuk disajikan nantinya, kemudian peneliti mengedit data dengan cara merangkum dan menyusun data secara sistematis. Berdasarkan kategori *trend fashion style* diantaranya: *vintage style*, *chic style*, *retro style*, *casual style*, dan *street style*.

c. Penyajian Data

Penyajian data ialah proses menampilkan hasil data atau informasi yang telah disusun baik berupa narasi, matriks, grafik, bagan dan sebagainya yang bertujuan memberikan kemungkinan untuk mengambil kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Sesudah melakukan tahap reduksi data, tahap berikutnya yaitu penyajian data. Dalam penyajian data ini peneliti mulai memaparkan gambaran mengenai *trend fashion style* yang terdapat pada postingan unggahan yang sebelumnya sudah diteliti.

d. Penarikan Kesimpulan

Selama penelitian berlangsung peneliti harus membuat suatu kesimpulan yang mana data-data yang diperoleh diuji kebenaran dan kevalidannya. Setelah seluruh data terkumpul maka, penulis akan mengkaji data-data yang diperoleh kemudian ditarik hingga mendapatkan suatu kesimpulan yang jelas.

Proses penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan antara tujuan penelitian dan data subjek penelitian yaitu: dengan melihat postingan *feeds* Instagram @jennierubycane sebagai representasi *trend fashion style* yang sudah diulas sebelumnya. Selanjutnya, peneliti menyajikan hasil penelitian dengan mendeskripsikan *trend fashion style* yang terdapat dalam unggahan *feeds* Instagram @jennierubycane yang sebelumnya sudah diteliti dan dipilih.

7. Teknik Validasi Data (Uji Validitas)

Adapun teknik menguji keabsahan suatu penelitian yang dilakukan, peneliti sendiri menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini berarti sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode triangulasi sumber data yaitu dengan mengecek dan membandingkan keaslian informasi yang diperoleh dari berbagai sumber serta memeriksa semua informasi yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti menggunakan observasi, dokumentasi dan studi pustaka untuk melakukan triangulasi sumber informasi seperti postingan *Feeds* Instagram, dokumen foto, *screenshot*, kemudian artikel penelitian dari penelitian sebelumnya yang juga terkait dengan penelitian ini. Data dokumentasi penelitian ini adalah analisis konten media Instagram @jennierubyjane.