

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Fashion merupakan sebuah gaya yang mengacu pada cara berpakaian seseorang yang sedang populer pada suatu budaya tertentu dan menjadi salah satu bagian penting yang tidak bisa terlepas dari masyarakat kita pada saat ini, terlebih lagi masyarakat sekarang ini selalu ingin mengikuti berbagai macam *trend* yang ada pada internet. Menurut Soekanto, fashion memiliki arti suatu mode yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian tertentu.

Fashion atau mode sudah ada sejak dulu dan akan terus berubah seiring berjalannya waktu, karena peradaban manusia telah mengalami kemajuan pesat dimana di dukung oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih. Perkembangan fashion yang pesat inilah membuat munculnya sebuah istilah baru yang di sebut dengan *Fashion style*.

*Fashion style* merupakan sebuah ekspresi estetika yang populer, mulai dari waktu, masa hingga tempat tertentu seperti pakaian, gaya hidup, aksesoris, riasan wajah, bahkan gaya rambut. Kehadiran istilah tersebut tentu saja berdampak terhadap masyarakat yang selalu ingin mengikuti perkembangan zaman, masyarakat seperti ini biasa di sebut dengan Generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir di tahun 1996 sampai 2010, dimana di tahun tersebut dunia sudah memiliki perkembangan teknologi yang canggih seperti salah satunya *smartphone*. Untuk itu, masyarakat

berlomba - lomba untuk mengikuti perkembangan yang tentunya tidak terlepas dari internet. Dimana didalam penggunaan internet selalu berkaitan dengan media sosial didalamnya. Media sosial merupakan media komunikasi yang sangat efektif di masa sekarang. Dengan adanya kecanggihan dan kemudahan media sosial di jaman sekarang ini dimana masyarakat dengan sangat mudah mampu mendapatkan berbagai informasi untuk belajar, berkarya, mencari berbagai macam hiburan, hingga menjadikan media sosial sebagai peluang untuk berkerja. Dengan kata

lain media sosial mampu menjadi wadah atau tempat bagi para penggunanya. Menurut data yang disajikan oleh *Hootsuite We are Social* di tahun 2022,

mempublikasikan lebih dari 58,4 persen penduduk dunia yang terhubung ke internet saat ini menggunakan media sosial. Tepatnya, 4,62 miliar orang. Bahkan, dalam setahun terakhir, ada 424 juta pengguna baru di media sosial. Fakta lainnya, para warganet ini menggunakan media sosial dengan sangat aktif. Yakni mencapai 2 jam 27 menit setiap harinya.

Dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, hal ini justru membuka kemungkinan semakin meningkatnya kehadiran media sosial sebagai sarana komunikasi, sehingga menimbulkan pertanyaan, bagaimana cara penggunaan media sosial membuat komunikasi menjadi lebih efektif di dalam masyarakat, baik dalam bidang ekonomi, bidang politik, maupun dalam bidang pembelajaran / pendidikan. Selain bermanfaat di beberapa bidang tersebut, kini media sosial digunakan sebagai media yang

mampu memberikan berbagai ide maupun referensi di bidang fashion khususnya dalam menentukan *fashion style* ataupun gaya berpakaian.

Salah satu media sosial yang sering dijadikan referensi dalam menentukan *fashion style* yaitu Pinterest. Pinterest merupakan salah satu layanan *virtual pinboard* yang berbasis media sosial dengan mengunggah foto, gambar, atau menambahkan *link* suatu *blog / website*. Cakupan didalam pinterestpun sangat beragam, terdapat kategori-kategori yaitu, kategori musik, *craft*, *art*, *sport*, *design interior*. Pinterest juga berisikan konten-konten *fashion* yang sedang naik daun maupun *fashion* masa lampau. Hal yang menarik dan membedakan pinterest dengan media sosial lainnya yaitu seni dan kreativitas yang teruang lebih masif, unik dan juga inspiratif.

Pinterest pertama kali dikembangkan pada bulan Desember 2009 oleh tiga orang yakni Ben Sibermann, Paul Sciarra, dan Evan Sharp di Amerika Serikat. Dalam masa perkembangannya sampai saat ini pinterest memiliki pengguna aktif 478 juta pengguna setiap bulannya, dimana pengguna aktif Pinterest ini didominasi oleh wanita dengan perbandingan yakni 77,1%, sedangkan laki – laki hanya 14,5%. Menurut data yang diperoleh kompasina.com, pengguna pinterest saat ini sebagian besar berumur 18 - 29 tahun, yang dimana umur tersebut merupakan eksekutor terbaik dalam di bidang kreatifitas. Kemudian tercatat didata pinterest bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang 70juta masyarakatnya adalah pengguna pinterest, dimana dengan banyaknya pengguna tersebut Indonesia berada di posisi 18 pengguna media sosial pinterest terbanyak di dunia.

Peran Pinterest sebagai referensi *fashion style* dapat berhubungan dengan gaya hidup, hal ini dibuktikan Pinterest berisikan sesuatu hal yang sedang dicari dan akan kita jadikan inspirasi dalam kehidupan nyata. Misalkan di Pinterest kita sedang mencari ide *fashion* untuk *teenager*, kita tinggal ketik maka hal yang sedang dicari akan langsung muncul.

Pengguna Pinterest bebas mencari ide *fashion style* yang mereka inginkan hanya dengan mengetik kata kunci di papan “Cari Ide” maka seketika ide *fashion style* akan muncul sesuai dengan apa yang kita ketik. Pinterest juga menyediakan fitur “*Upload*” agar pengguna dapat mengunggah foto *Outfit OfThe Day (OOTD)* sehingga foto yang telah kita *upload* dapat tersebar luas dan menjadi inspirasi bagi pengguna lain. Disini Pinterest telah menjadi media sosial yang menciptakan kehidupan baru bagi para penggunanya dalam mencari referensi *fashion style*.

Sebagai fenomena budaya, *fashion* tidak hanya menyangkut soal pakaian ataupun aksesoris, akan tetapi merupakan sebuah bentuk komunikasi non- verbal. Hal tersebut dikarenakan *fashion* menjadi isu penting yang mencirikan pengalaman hidup sosial yang berfungsi sebagai sarana komunikasi karena memiliki fungsi kesopanan (*modesty function*) dan daya tarik.

Bentuk komunikasi yang ada pada *fashion* merupakan bentuk komunikasi non-verbal yang tidak disampaikan secara langsung maupun tertulis. Contohnya saat bertemu dengan orang lain, hal pertama yang dilihat ialah penampilan orang tersebut, sehingga pakaian menjadi bagian yang

paling terlihat ketika berinteraksi dengan orang lain. "*The language of fashion*" atau bisa dikatakan *fashion* itu seperti Bahasa. *Fashion* tidak hanya sebagai penutup tubuh, melainkan *fashion* memiliki citra tertentu yang menjadikan *fashion* layaknya bahasa yang bermakna. Seperti yang dikatakan Umberto Eco bahwa "*I speak through my clothes*" artinya aku berbicara lewat pakaianku.

Karena *fashion* bisa mengekspresikan sesuatu yang tidak terucap secara verbal inilah, membuat seseorang secara tidak langsung mengirim pesan tentang dirinya sendiri melalui *fashion* yang dikenakannya. Biasanya pemilihan pakaian sesuai dengan apa yang akan dilakukan seseorang pada saat itu, bagaimana suasana hatinya, siapa yang akan ditemui dan seterusnya, yang mampu menegaskan pandangan bahwa *fashion* dipergunakan untuk mengirim pesan tentang diri seseorang pada orang lain.

Melihat fenomena tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai penggunaan media sosial Pinterest sebagai referensi *Fashion Style*. Untuk menemukan jawaban dari penelitian ini, peneliti menggunakan teori fenomenologi milik Alfred Schutz karena teori ini selaras dengan topik yang peneliti teliti yaitu mengenai media sosial Pinterest yang menjadi wadah referensi *fashion style* di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas, dimana pendapat dan pengalaman dari para pengguna Pinterest ini nantinya akan menjawab pertanyaan – pertanyaan peneliti seperti bagaimana motif, tindakan, dan makna berdasarkan pengalaman pengguna.

Penelitian ini dilakukan dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Unpas karena mahasiswa dituntut untuk menjadi kaum terpelajar, yang dimana banyak hal yang harus dikembangkan oleh mahasiswa salah satu adalah persoalan etika, salah satu etika yang harus dimiliki oleh mahasiswa yaitu berpakaian rapi. Dengan berpenampilan rapi, sopan dan bersih maka mampu menunjukkan bahwa seseorang tersebut merupakan kaum terpelajar. Berdasarkan latar belakang yang ada, peneliti mengangkat permasalahan ke dalam judul **“FENOMENA PENGGUNAAN PINTEREST SEBAGAI REFERENSI FASHION STYLE”** (Studi Fenomenologi penggunaan Pinterest sebagai Referensi Fashion Style di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas).

### **1.1.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan dari uraian dan latar belakang penelitian diatas yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah **“Bagaimana Penggunaan Pinterest sebagai referensi *Fashion Style* dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas”**

### **1.1.2 Pertanyaan Penelitian**

Untuk meneliti bagaimana penggunaan Pinterest sebagai referensi *fashion style* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas, maka dirumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana motif pengguna Pinterest sebagai referensi *Fashion Style* Di kalangan Mahasiwa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas ?

- 2) Bagaimana tindakan pengguna Pinterest sebagai referensi *FashionStyle* Di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas ?
- 3) Bagaimana makna pengguna Pinterest sebagai referensi *Fashion Style* Di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas ?

## **1.2 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

### **1.2.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari pertanyaan – pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motif dari pengguna Pinterest sebagai referensi *Fashion Style* di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas
2. Untuk mengetahui tindakan dari pengguna Pinterest sebagai referensi *Fashion Style* di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas
3. Untuk mengetahui makna dari pengguna Pinterest sebagai referensi *Fashion Style* di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas

### 1.2.2 Kegunaan Penelitian

Adapun dalam melakukan penelitian ini peneliti mengharapkan adanya manfaat yang diperoleh serta berguna baik secara umum maupun dalam mengembangkan Ilmu Komunikasi, dalam kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua diantaranya kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

#### 1. Kegunaan Teoritis

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan kegunaan teoritis yang bermanfaat seperti :

- 1) Penelitian ini dapat menjadi referensi atau tinjauan ilmiah untuk penelitian berikutnya dengan topik yang sama yaitu mengenai fenomena Penggunaan Pinterest sebagai referensi *fashion style*.
- 2) Peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat keilmuan terutama dalam kajian Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan fenomena sosial yang ada seperti fenomena pada media sosial Pinterest.
- 3) Peneliti juga mengharapkan penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang Ilmu Komunikasi

#### 2. Kegunaan Praktis

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan kegunaan praktis yang diharapkan dapat bermanfaat seperti :



- 1) Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pengalaan baik bagipeneliti, pembca dan akademis yang ingin mengembangkan penelitian ini lebih lanjut lagi dengan permasalahan yang serupa.
- 2) Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi yang bermanfaat bagi khalayak umum seperti pembisnis di bidang fashion yang dapat memanfaatkan media sosial sepeti Pinterest dalam mempromosikan produknya.
- 3) Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukandam pemikiran bagi peneliti lainnya dalam hal fenomena yang ada di media sosial khususnya untuk Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas.