

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan identitas yang direpresentasikan oleh *fashion influencer* Indonesia dalam foto *fashion* melalui media sosial *Instagram*. *Fashion influencer* dapat dikatakan sebuah fenomena dan aktivitas kultural yang menarik. Kini referensi mode tidak lagi ‘eksklusif’ hanya datang dari kalangan ‘elit’ mode, seperti perancang busana, selebritas, atau label internasional, namun juga bisa muncul dari ‘orang biasa’ yang mencintai mode. *Instagram* merupakan salah satu media sosial dimana para penggunanya bisa mengunggah berbagai foto dan video singkat. Melalui media sosial *Instagram* ini *fashion influencer* menunjukkan atau menampilkan identitas dirinya kepada orang lain. Karena keberadaan sebuah foto dapat menimbulkan persepsi pada setiap orang yang melihatnya dan foto mengandung pesan yang berusaha disampaikan oleh komunikator atau pemilik akun.

Untuk mendeskripsikan hal tersebut, peneliti mendeskripsikan identitas yang dipresentasikan oleh *fashion influencer* menggunakan pendekatan semiotika sosial dengan menekankan pada makna konotatif dan denotatif dalam foto *fashion* melalui media sosial *Instagram* yang menjadi objek penelitian, yaitu Ayla Dimitri dan Rama Dicandra. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif menggunakan analisis semiotika dengan menginterpretasi data berupa foto pada akun pribadi mereka.

Kesimpulan penelitian ini adalah *Instagram* digunakan sebagai media untuk merepresentasikan identitas diri oleh *fashion influencer*. Identitas yang dipresentasikan oleh *fashion influencer* melalui akun pribadi *Instagram*nya adalah seseorang yang melalui pakaian yang digunakan mampu membentuk karakter dalam dirinya dan memiliki makna yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain yaitu *genderless fashion*. Serta seseorang yang erat kaitannya dan tidak pernah terlepas dari kesan *fashionable*, menghabiskan waktu luangnya untuk mendapatkan hiburan, dan terlibat dalam kegiatan yang dapat disimpulkan bahwa Ayla Dimitri dan Rama Dicandra memiliki identitas sebagai *fashion influencer*.

Kata Kunci: *fashion*, *gender*, *Instagram*, presentasi diri, identitas, dan semiotika sosial.

ABSTRACT

The objective of this research is to describe the identity being represented by Indonesia Fashion Influencer in a fashion photo through Instagram. Fashion Influencer can be stated as a phenomenon and interesting cultural activity. Nowadays fashion reference is no longer “exclusive” coming from fashion ‘elite’ such as fashion designer, celebrity or international label but instead it can also come from ‘ordinary person’ who loves fashion. Instagram is one of the social medias where its users can upload various photos and short videos. Through Instagram, these fashion influencers show or display their identity to their audience. Because the existence of a photo causes a perception to its viewers and a photo contains a message being conveyed by the communicator or account owner.

To describe the stated things above, researcher describes identity being represented by fashion influencer using social semiotics approach by emphasizing connotative and denotative meaning in a fashion photo through Ayla Dimitri’s and Rama Dicandra’s Instagram as the research object. This research is done with qualitative descriptive method. Descriptive method is used using semiotics analysis by interpreting photos in their private account as data.

This research concludes that instagram is used as a media to represent self identity by fashion influencer. Identity being represented by fashion influencer through their private instagram account is someone who by the clothes they’re wearing is able to shape a character inside themselves and having a communicated meaning to other people which is genderless fashion. Also as somebody who’s close-related to and not apart from fashionable image, spending their free time to get entertainment and is involved in activities which can be concluded that Ayla Dimitri and Rama Dicandra are living up to their identity as fashion influencer.

Keywords: Fashion, gender, Instagram, self presentation, identity, and social semiotics.