

**KONSTRUKSI IDENTITAS *FASHION INFLUENCER* DALAM
FOTO *FASHION* MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
AYLA DIMITRI DAN RAMA DICANDRA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

DIYANG RIZKY BERLINA

NIM 071211533001

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SEMESTER GENAP 2015/2016**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi Skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga

Surabaya, 17 Juni 2016



(Diyang Rizky Berlina)

NIM. 071211533001

**KONSTRUKSI IDENTITAS *FASHION INFLUENCER* DALAM FOTO
FASHION MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* AYL A DIMITRI
DAN RAMA DICANDRA**

SKRIPSI

Maksud: sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Disusun oleh:

Diyang Rizky Berlina

NIM : 071211533001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SEMESTER GENAP 2015/2016**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, karena hanya dengan kuasa-Nya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi dengan sebaik-baiknya untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga Surabaya.

Selama penyusunan skripsi, banyak pihak yang berperan memberikan bantuan dan dukungan tanpa henti kepada penulis. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang tercinta alm. Firman Maulana dan ibu Unteany Maulana, sebagai pemberi doa restu, motivasi, dan dukungan terbesar yang tiada hentinya mengalir untuk penulis. Terima kasih juga kepada saudara penulis, Rio Huda Saputra yang terkadang merusak konsentrasi tetapi juga memotivasi penulis agar segera menyelesaikan skripsi.
2. Para dosen Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga yang telah membagikan ilmu dan wawasannya.
3. Kandi Ariyani, S.Sos, MA, selaku dosen pembimbing, terima kasih atas kesabaran dan waktunya selama bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
4. Ayla Dimitri dan Rama Dicandra yang telah bersedia menjadi objek dalam penelitian.
5. Yang selalu ada disaat pengerjaan skripsi, Faradilla Rahma Febriane dan Hanif Nurani. *Thank you for being there for me through the ups and downs.*
6. Sahabat terbaik penulis, Anindita Rivy Larasati, Citra Dewi Maharani, Dianna Priscylia Kusuma Dewi, Nabillah Afifah Kusuma Hadi, Ratu Tribuana Triara Wirasuta, dan Venna Saraswati. *Thank you for always being there through thick and thin.*

7. Keluarga *Soledad and The Sister Company*, Alek Kowalski, Adil Alba, Aini Hanifa, Alvernas Aningpasca, Anitha Silvia, Arief Pitrajaya, Bagus Adi Sadewo, Dewi Asthari, Christine M. P. Patty, Edbert William, Dhani Hilman Saputra, Filicia Prayogo, Gagah Diorama, Hengki Sipenk, Ivan Wudy, Niko Staza, Restiana Assyifah, Taufiq Hariyadi, terima kasih atas kebersamaan dan kerja sama selama ini. *Last but not least*, Alexander Junya Rashid dan Alexandra Hamida Rashid.

Surabaya, 17 Juni 2016

Diyang Rizky Berlina

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**KONSTRUKSI IDENTITAS *FASHION INFLUENCER* DALAM FOTO
FASHION MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* @ayladimitri DAN
@ramadicandra**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diajukan

Dosen Pembimbing,



(Kandi Aryani S. S.Sos, MA)

NIP. 197 908 072 005 012 002

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi

Departemen Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Pada Hari : Senin

Tanggal : 27 Juni 2016

Pukul : 10.00 – 11.30

Ketua Penguji



(Nurul Ratna Sari, S.IP., M.Comm.)

NIP. 198 306 132 006 042 002

Anggota 1



Kurnia Illahiati, S.Sos., M.Med-Kom)

NIP. 198 412 302 014 042 001

Anggota 2



(Kandi Aryani S, S.Sos, MA)

NIP. 197 908 072 005 012 002

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.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Konstruksi Identitas Fashion Influencer Dalam Foto Fashion Melalui Media Sosial Instagram Ayla Dimitri dan Rama Dicandra” ini sebagai syarat kelulusan sebagai mahasiswa Departemen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya.

Terima kasih tidak lupa penulis tujukan kepada semua pihak yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 17 Juni 2016

Diyang Rizky Berlina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN JUDUL MAKSUD PENULISAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BERITA ACARA REVISI	xv

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2. Rumusan Masalah.....	I-18
I.3. Tujuan Penelitian.....	I-18
I.4. Manfaat Penelitian.....	I-19
I.5. Tinjauan Pustaka.....	I-19
I.5.1. Semiotika Sosial.....	I-19
I.5.2. Fashion.....	I-22
I.5.3. Konstruksi Identitas.....	I-26
I.5.4. Cultural Intermediaries.....	I-28
I.5.5. New Media dan Media Sosial.....	I-32
I.5.6. Visual Culture.....	I-36
I.6. Metodologi Penelitian.....	I-38
I.6.1. Metode Penelitian.....	I-38
I.6.2. Tipe Penelitian.....	I-38
I.6.3. Unit Analisis.....	I-39

I.6.4. Teknik Pengumpulan Data.....	I-39
I.6.5. Teknik Analisis Data.....	I-39

BAB II GAMBARAN UMUM

II.1. Perkembangan Fashion di Indonesia.....	II-1
II.2. Instagram.....	II-9
II.3. Fashion Influencer di Indonesia.....	II-12
II.3.1 Deskripsi Singkat Tentang Ayla Dimitri.....	II-23
II.1.1. Deskripsi Singkat Tentang Rama Dicandra.....	II-26

BAB III Analisis dan Interpretasi Data

III.1. Foto Fashion Dalam Media Sosial Instagram.....	III-1
III.1.1 Perbedaan Foto Fashion Pada Majalah dan Instagram.....	III-4
III.2. Fashion Influencer Dalam Instagram.....	III-6
III.3. Konstruksi Identitas Fashion Influencer Pada Instagram.....	III-31
III.3.1. Identitas Diri Fashion Influencer Pada Instagram.....	III-34
III.3.2. Fashion Influencer Menunjukkan Kualitas Diri Melalui Instagram.....	III-49
III.3.3. Gaya Hidup Seorang Fashion Influencer.....	III-68

BAB IV Kesimpulan dan Saran

IV.1. Kesimpulan.....	IV-1
IV.2. Saran.....	IV-3

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

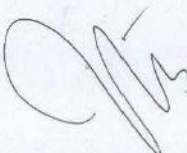
Gambar I.1 Tampilan akun Instagram Rama Dicandra dan Ayla Dimitri ...	I-6
Gambar I.2 Logo <i>Instagram</i>	I-12
Gambar I.3 Tampilan <i>Instagram</i> versi website	I-13
Gambar I.4 Tampilan <i>Instagram</i> versi iOS	I-14
Gambar I.5 Model Semiotika Saussure	I-20
Gambar II.1 Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI)	II-5
Gambar II.2 Foto Ayla Dimitri	II-14
Gambar II.3 Foto Rama Dicandra	II-17
Gambar III.1 Foto <i>candid pose</i> Ayla Dimitri dan Rama Dicandra	III-3
Gambar III.2 Foto <i>fashion</i> pada <i>Instagram</i> dan foto <i>fashion</i> pada majalah Dewi	III-5
Gambar III.3 Foto Patrick Owen	III-11
Gambar III.4 Foto Peggy Hartanto	III-12
Gambar III.5 Foto Sapto Djojokartiko	III-12
Gambar III.6 Pada ajang Jakarta Fashion Week 2015, TODJO mempersembahkan koleksi monokrom dengan sentuhan warna biru dan hitam	III-13
Gambar III.7 Foto Ayla Dimitri	III-18
Gambar III.8 Foto Rama Dicandra	III-19
Gambar III.9 Foto Ayla Dimitri bekerja sama dengan <i>brand</i> Nike Indonesia	III-22
Gambar III.10 Foto karya Rama Dicandra	III-27
Gambar III.11 Foto Ayla Dimitri bekerja sama dengan beberapa <i>brand</i> dan perusahaan	III-28
Gambar III.12 Ayla Dimitri dalam merepresentasikan sebagai <i>icon</i> sebuah mall	III-29
Gambar III.13 Identitas dalam foto <i>fashion</i> Ayla Dimitri	III-35
Gambar III.14 Identitas dalam foto <i>fashion</i> Rama Dicandra	III-36
Gambar III.15 Identitas dalam foto <i>fashion</i> Ayla Dimitri	III-38
Gambar III.16 Foto Nikicio S/S 2-16 “Embrace”	III-41

Gambar III.17 Foto Danjyo Hiyoji	III-43
Gambar III.18 Foto tampilan akun Rama Dicandra	III-44
Gambar III.19 Foto identitas <i>fashion</i> Rama Dicandra	III-45
Gambar III.20 Foto Ayla Dimitri dan pria maskulin	III-46
Gambar III.21 Foto Ayla Dimitri merepresentasikan strategi <i>competence</i> ..	III-51
Gambar III.22 Foto Ayla Dimitri berkolaborasi dengan Pvra dan Amanda Hartanto	III-52
Gambar III.23 Foto tampilan <i>interface</i> akun <i>Instagram</i> Rama Dicandra	III-56
Gambar III.24 Foto kontribusi Rama Dicandra sebagai <i>fashion stylist</i>	III-57
Gambar III.25 Tampilan akun <i>Instagram</i> dan tampilan website Bleach Project INC	III-59
Gambar III.26 Rama Dicandra sebagai <i>stylist</i> saat Grand Opening OMG+	III-60
Gambar III.27 Tampilan <i>interface</i> akun <i>Instagram</i> On Market Go+	III-62
Gambar III.28 Rama Dicandra sebagai <i>illustrator</i> di Utterly Me Magazine	III-64
Gambar III.29 Utterly Me Magazine	III-65
Gambar III.30 Tim Bucape bersama peserta	III-67
Gambar III.31 <i>Ootd</i> Rama Dicandra dan Ayla Dimitri	III-69
Gambar III.32 Tampilan <i>interface</i> akun <i>Instagram</i> <i>All The Things I've Done</i>	III-70
Gambar III.33 Pakaian dan sepatu yang dipakai Ayla Dimitri	III-73
Gambar III.34 Ayla Dimitri ketika berlibur di Eropa	III-76
Gambar III.35 Ayla Dimitri ketika berlibur di Eropa	III-79
Gambar III.36 Ayla Dimitri saat berlibur di Switzerland dan Turkey	III-79
Gambar III.37 Rama Dicandra saat berlibur di Singapore	III-80
Gambar III.38 Rama Dicandra saat berlibur di Singapore	III-81

BERITA ACARA REVISI

Nama : Diyang Rizky B
 NIM : 071211533001
 Judul Skripsi : Konstruksi Identitas *Fashion Influencer* Dalam Foto *Fashion* Melalui Media Sosial *Instagram*
 Dosen Pembimbing : Kandi Aryani S, S.Sos, MA

Nama Dosen Pembimbing/Penguji	Saran	Revisi	Tanda Tangan Dosen Pembimbing/Penguji
Nurul Ratna Sari, S.IP., M.Comm	<ul style="list-style-type: none"> - Lebih memperjelas mengenai konstruksi identitas - Memperjelas apa itu foto fashion - Cantumkan asumsi dan bukti dasar dari fenomenologi - Memperjelas perbedaan pendekatan, metode, dan analisis - Metode penelitian dan tinjauan pustaka belum lengkap - Memperjelas mengenai teori semiotik - Memperbaiki bagian kesimpulan 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengenai konstruksi identitas sudah direvisi dengan jelas - Penjelasan mengenai foto fashion sudah direvisi - Asumsi dan bukti dasar fenomenologi sudah direvisi - Perbedaan pendekatan, metode, dan analisis sudah direvisi - Metode penelitian dan tinjauan pustaka sudah direvisi - Teori semiotik sudah direvisi - Bagian kesimpulan sudah direvisi 	

<p>Nisa Kurnia Ilahiati, S.Sos., M.Med-Kom</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengecekan konten isi dan struktur skripsi - Belum menampilkan daftar pustaka - Perbaiki bagian bab kesimpulan - Kartu bimbingan skripsi - Banyak yang harus diperbaiki dalam teknik penulisan - Daftar isi belum selesai - Bagian abstrak diberi spasi 1,0 - Memperjelas relevansi identitas pada penelitian - Jangan banyak mengutip - Definisi fashion influencer lebih diperjelas diawal latar belakang masalah - Jelaskan secara signifikan mengenai fashion influencer - Kredibilitas dan alasan memilih Ayla Dimitri dan Rama Dicandra jelaskan pada bab I 	<ul style="list-style-type: none"> - Konten dan stuktur isi skripsi sudah dirapikan - Daftar pustaka sudah ditambahkan - Bagian bab kesimpulan sudah diperbaiki - - Teknik penulisan sudah direvisi - Daftar isi sudah dilengkapi - Bagian abstrak sudah diberi spasi 1,0 - Relevansi mengenai identitas sudah direvisi - Pada bab 1 memang terlalu banyak kutipan dan sudah direvisi - Definisi fashion influencer sudah direvisi - Mengenai signifikansi fashion influencer sudah direvisi - Kredibilitas dan alasan memilih Ayla Dimitri dan Rama Dicandra sudah direvisi 	
--	--	--	---

Kandi Aryani S, S.Sos, MA	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki tentang fashion influencer sebagai kategori- Adakah signifikan dari Ayla Dimitri dan Rama Dicandra yang menjadi fashion influencer	<ul style="list-style-type: none">- Fashion influencer sebagai kategori dalam penelitian- Signifikan dari Ayla Dimitri dan Rama Dicandra yang menjadi fashion influencer	
---------------------------	--	---	--