

Abstrak

Mahasiswi cenderung memiliki gaya hidup yang menurutnya mampu untuk menunjang kepopuleran di era digital saat ini. Gaya hidup yang diterapkan oleh mahasiswi selalu berkaitan dengan *fashion* yang digunakan baik di dunia maya maupun di dunia nyata. Instagram adalah wadah bagi mahasiswi mengekspresikan gaya hidup mereka untuk dilihat pengikutnya di instagram dengan adanya komentar yang diberikan oleh pengguna lain guna mengapresiasi gaya hidup *fashion* yang saat ini digunakan. Oleh karena itu, di dalam penelitian ini memiliki fokus penelitian apa pemaknaan gaya hidup *fashion* mahasiswi Surabaya dalam masyarakat digital dan apa gaya hidup *fashion* terbentuk dikalangan mahasiswi Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data diperoleh melalui *Indepth Interview* atau wawancara mendalam kepada mahasiswi yang ada di Surabaya. Informan berjumlah 9 orang mahasiswi yang memiliki pengalaman langsung terhadap gaya hidup *fashion* yang digunakan pada sehari-hari maupun digunakan saat menggunakan konten di sosial media instagram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah Fenomenologi dari Schutz dan Teori Gaya Hidup milik David. Dari sembilan Informan tersebut memiliki pengalaman gaya hidup *fashion* yang diterapkan di kehidupan sehari-hari.

Hasil dari penelitian ini menghasilkan pemaknaan pada gaya hidup *fashion* mahasiswi sebagai ajang eksistensi diri di media sosial instagram dari faktor media sosial dan lingkungan sosial yang menyebabkan mereka ingin mencari jati dirinya dan menampilkan citra dirinya dihadapan banyak orang. Dalam memaknai tindakan bermedia sosial instagram muncul dari faktor media massa dan kelas sosial yang tertutup sehingga membuat mahasiswi sesuka hati menggunakan instagram tanpa mengetahui nilai-nilai dan etika dalam bermedia sosial. Asal mula mahasiswi menggunakan *fashion* pada gaya hidupnya menyebabkan mereka selalu mencari tahu gambaran *fashion* masa kini untuk mereka terapkan di kehidupan sehari-hari. Membeli barang *branded* sebagai bagian dari gaya hidup bermula dari dorongan teman sebaya yang lebih dulu mengetahui barang bermerk dan mereka konsumsi untuk digunakan pada aktifitas sehari-hari agar tampil dengan *fashionable*.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Fashion, Pemaknaan, Instagram, Fenomenologi, Barang Branded, Media Sosial, Eksistensi diri

Abstract

Students tend to have a lifestyle that according to him is able to support the popularity in the current digital era. The lifestyle adopted by college students is always related to fashion that is used both in cyberspace and in the real world. Instagram is a place for female students to express their lifestyle for their followers to see on Instagram with comments given by other users to appreciate the lifestyle of fashion currently in use. Therefore, in this study the focus of research is what is the meaning of the lifestyle of Surabaya female students in digital society and what is the fashion lifestyle formed among Surabaya female students.

This study used qualitative research methods. Data collection was obtained through indepth interviews or in-depth interviews with female students in Surabaya. There are 9 informants who are students who have direct experience with the lifestyle of fashion that is used on a daily basis or when using content on Instagram social media. Theories used in this study are the Phenomenology Theory of Schutz and David's Lifestyle Theory. Of the nine informants who have experience in the lifestyle of fashion that is applied in everyday life.

The results of this study produce meaning in the fashion lifestyle of female college students as a platform for self-existence on Instagram social media from social media factors and the social environment that causes them to seek their true identity and display their self-image in front of many people. In interpreting the action of Instagram social media arises from the mass media and social class factors that are closed so as to make female students as they like using Instagram without knowing the values and ethics in social media. The origins of students using fashion in their lifestyle cause them to always find out the picture of today's fashion to apply in their daily lives. Buying branded goods as part of a lifestyle stems from the urge of peers who first know branded goods and consume them for use in daily activities to appear fashionable.

Keywords: Lifestyle, Fashion, Meaning, Instagram, Phenomenology, Branded Goods, Social Media, Self Existence