

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan media virtual yang sangat digemari oleh masyarakat modern. Masyarakat modern acap kali membangun identitasnya melalui media sosial yaitu instagram. Masyarakat menggunakan teknologi digital yang menumbuhkan gaya yang disebabkan oleh adanya globalisasi. Globalisasi ditandai dengan menjamurnya teknologi yang berupa media virtual yaitu instagram. Media virtual instagram memberikan banyak kekuatan dalam merepresentasikan posisi kelas sosial yang diterima bagi kelompok masyarakat tertentu. Masyarakat tertentu itulah yang menentukan cara berkelompok masyarakat berhubungan antara satu sama lain. Masyarakat kelompok yang lebih dominan yaitu masyarakat kelas atas cenderung merefleksikan realitas dan proses interaksi dalam media sosial sangatlah signifikan. Media yang signifikan inilah memegang kuasa dalam membentuk wacana dominan mengenai kelompok menengah keatas.

Menurut lestari (2017) pemenuhan akan upaya mengejar gaya hidup kelas menengah keatas sangat beragam, diantaranya mereka dapat membagikan aktivitas keseharian mereka di media sosial dengan konstruksi yang beragam yakni mereka memakai fashion brand-brand ternama dari pakaian yang ia kenakan, perhiasan yang mencolok sampai-sampai netizen yang selalu memuji mereka sebagai salah satu influencer yang mereka panuti. Upaya mengejar status yang dilakukan mahasiswa selain mengenakan fashion berupa brand-brand ternama, mereka juga melakukan aktivitas shopping ke mall yang menaikkan popularitas mereka dengan mengunjungi tempat-tempat yang mewah dan membeli barang-barang branded.

Gaya hidup yang mereka lakukan hanya untuk menaikkan popularitas semata dengan mengandalkan simbol-simbol yang ada pada diri mereka. Simbol tersebut menandakan status sosial mereka, dengan adanya barang branded yang mereka kenakan di setiap harinya, tongkrongan-tongkrongan seperti ngopi di tempat ternama yaitu Starbuck, Excelso, dan yang lainnya. Mereka juga menaikkan popularitas dengan mengikuti event-event seperti mengikuti acara beauty class atau event yang dapat membuat mereka dikenal oleh banyak orang. Hal lain yang dapat membuat mereka merasa terpandang lainnya dengan memberikan pose-pose yang aestatic dan semenarik mungkin untuk menarik perhatian followersnya.

Konsep diri ini sangat berkaitan erat oleh pandangan orang lain terhadap diri kita. Orang lain yang menilai kita melalui postingan yang kita tampilkan. Kita berupaya berinteraksi dengan orang lain, terdapat suatu penghargaan yang kita dapatkan, seperti adanya pujian yang diberikan oleh oranglain terhadap kita tentang tampilan yang kita kenakan untuk mempengaruhi konsep diri tentang kita. Penegasan orang lain terhadap diri kita dapat memberikan efek yang dapat membuat kita merasa di kagumi oleh orang lain dan menghadirkan kenyamanan terhadap diri kita sendiri.

Berdasarkan tanda-tanda tersebut, kita dapat melihat adanya permainan yang dapat diinginkan oleh kita untuk berpenampilan yang kita inginkan. Sekalipun kita berusaha meyakinkan oranglain tentang citra diri kita terhadap orang lain, kita tidak pernah mendapatkan apa yang kita inginkan , sebab kita sebagai insan yang memiliki pandangan yang luas terhadap seseorang akan melihat orang lain dari sisi yang beragam. Perkembangan teknologi menawarkan wadah bagi penggunaanya untuk dapat berinteraksi di sosial media yang lebih luas tanpa terhalang oleh jarak dan waktu kepada siapapun.Salah satunya melalui media sosial instagram. Komunikasi yang terjadi pada instagram membentuk sebuah interaksi yang terjadi antara individu dengan lingkungan media sosial. Interaksi

inilah yang kemudian akan mendorong seseorang untuk mengkonstruksi identitas mereka secara online.

Identitas diri yang dapat mencari jati diri siapa ia sebenarnya, terkadang ada individu yang sedang memiliki hobi dan ia luapkan hobinya ke dalam foto diri yang ia tampilkan di media sosial instagram. Meskipun identitas yang kita miliki pada dunia maya dapat menjadi permasalahan besar atau bahkan boomerang untuk kita terhadap kepastian tentang pribadi kita yang sebenarnya untuk dipertanyakan oleh orang lain yang menilai kita pada dunia maya. Komunikasi memang sangat penting bagi kita, tetapi kita dapat memastikan kebenaran identitas yang harus kita ketahui kepada siapa kita berkomunikasi agar muncul suatu hubungan yang jelas tentang komunikasi yang sedang berjalan pada dunia virtual (Nur,2019). Ada juga orang yang dengan sengaja memamerkan foto dirinya dengan kondisi yang sedang viral atau dengan menampilkan bakat yang ada dalam dirinya. Tak banyak juga individu memamerkan hobi dan bakat yang sedang ia gemari dengan begitu orang lain akan menilai bagaimana ia dapat melakukan hobinya dengan diimbangi prestasi yang ia tampilkan.

Menurut penelitian terdahulu (Putri, 2016) Fenomena foto diri sebagai representasi identitas sekaligus menjadikan media sosial sebagai medium spectacle dapat di uraikan ke dalam beberapa analisis berdasarkan situated knowledge, yakni adanya kesadaran yang kita miliki terhadap pengaturan data etnografi kedalam lima pokok utama pembahasan yaitu: (1) Adanya keberagaman untuk menciptakan identitas melalui dunia maya; (2) Budaya modernitas untuk melawan arus utama; (3) Adanya empati yang diberikan secara tanggapan sebagai kontrol visual; (4) Kenikmatan yang dapat dirasakan oleh semua pengguna akun (5) Adanya pencitraan diri untuk menarik perhatian penonton. Dari kelima pokok utama inilah yang dapat ditarik kesimpulan atas adanya beberapa ketentuan yang dapat mengolah cara pikir kita atas apa yang kita lihat pada tontonan dunia maya.

Kehadiran media sosial di kalangan milenial khususnya mahasiswi kini membuat ruang privat seorang individu menjadi ruang publik. Terjadi pergeseran budaya di kalangan mahasiswa. Para anak muda kini tidak segan-segan membagikan segala bentuk kegiatan yang bersifat pribadi ataupun tidak pribadi untuk di sampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka (Ayun 2015). Kehadiran media sosial saat ini dapat mempengaruhi seseorang dengan mengubah cara individu berinteraksi dengan individu lainnya. Peningkatan inilah yang dapat memberikan hubungan yang tidak sebanding dengan media sosial lainnya pada keseringan pengguna untuk berinteraksi di media sosial. Survei baru-baru ini menunjukkan bahwa instagram adalah platform media sosial terpopuler dengan 56% dari total populasi di Indonesia pengguna online usia 18-29 tahun menggunakan instagram (databoks,08 februari 2019).

Tidak bisa dipungkiri bahwa fenomena gaya hidup *fashion* saat ini telah mempengaruhi masyarakat milenial dengan adanya barang bermerk yang memiliki nilai tersendiri dihati penikmat *fashion* terutama mahasiswi. Gaya hidup menurut (Intan, Theresia, *et al.* 2019) merupakan pola hidup seseorang dengan mencerminkan kepribadian orang itu sendiri dengan menikmati segala fasilitas yang ada di sekelilingnya dengan adanya minat untuk mencapai gaya hidup yang diinginkan dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan sebagian tabungannya untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan *fashion* agar dapat dinikmati oleh orang itu sendiri.

Faktor yang mempengaruhi mahasiswi untuk menerapkan gaya hidupnya diaplikasikan ke instagram untuk menaikkan popularitas yang mereka dapatkan dari pengguna instagram pengikutnya. Dimana mahasiswi lebih memperhatikan penampilan yang tercermin dalam perilaku mahasiswi untuk membeli barang-barang bermerk. Faktor lainnya adalah dengan dipengaruhi oleh teman sebaya atau

adanya *circle* pertemanan yang membuat seseorang untuk membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan melainkan membeli sesuai keinginan. Dalam dunia instagram terdapat *social climber*, menurut Nursita (2019) yang mana pengguna instagram menaikkan popularitas dengan mengandalkan konten yang akan membuat para pengikut di instagramnya semakin bertambah dengan viralnya konten yang dibuat tersebut. Konten yang dibuat mahasiswa adalah dengan memposting foto atau video dengan menampilkan gaya hidup yang mewah agar pengikutnya semakin tertarik untuk melihat keseharian yang terjadi.

Pemaknaan akan gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa saat ini sudah menjadi bahasan yang umum didengar bagi semua kalangan, menurut Peter L Berger dan Thomas Luckman pendekatan akan gaya hidup yang semacam ini adalah transisi-modern di Amerika pada kisaran tahun 1960-an, yang mana media massa bukanlah menjadi sebuah fenomena yang amat penting digemari oleh masyarakat. Dengan demikian Berger dan Luckman tidak menganggap media massa sebagai variable atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas(Nurbayan,2019).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya media massa berupa instagram sudah sangat awam didengar oleh masyarakat saat ini sebab tak sedikit pula yang mengetahui akan adanya sosial media yang berupa aplikasi dengan adanya fitur foto dan video didalamnya. Pada satu dekade terakhir saat ini media massa sudah menjadi buronan bagi kaum muda untuk mengekspresikan diri dalam dan membagikan semua ekspresi diri menjadi satu postingan yang mudah dipahami oleh pengguna lain yang mengikuti dirinya di instagram.

Peneliti ingin membahas mengenai pemaknaan gaya hidup berupa fashion yang ditunjukkan pada media sosial instagram. Dimana postingan yang ditampilkan pada instagram sangat mempengaruhi identitas diri yang membuat para penikmat media sosial instagram dapat melihat bagaimana seseorang itu

memposisikan dirinya lewat postingan instagram dengan menunjukkan gaya hidup yang mereka bagikan di instagram. Peneliti melihat bahwa adanya postingan yang dapat memiliki peran penting dalam penyampaian pesan. Kemudian dari pesan tersebut terdapat adanya tujuan yang ingin diraih untuk merepresentasikan diri seseorang dengan menunjukkan kelas sosialnya kepada ranah publik. Subyek yang ingin peneliti teliti yaitu kalangan mahasiswa di Surabaya, hal ini karena mahasiswa dapat menggambarkan ekspresi yang ia tampilkan di media sosial instagram dan dapat mendeskripsikan dirinya melalui media sosial instagram, serta mempunyai lingkungan sosial yang memiliki kesamaan dalam hal gaya hidup “fashion”.

Menurut Kompas.com 2015, general manager mall Herman E Fherro mengungkapkan dari total sebanyak 45.000 orang yang mengunjungi pusat belanja, 70% merupakan kelas menengah keatas. Pada dasarnya mereka paham akan merek-merek internasional yang di jual di mall tersebut dan membuat mereka seringkali berbelanja di mall tersebut dengan dibukanya gerai Hartono Mall Yogyakarta. “dari total 70% tersebut, lebih dari 30% diantaranya merupakan mahasiswa asal Jakarta. Mereka suka nongkrong-nongkrong. Begitu pula ketika mall kami buka, mereka konsumennya” terang Herman kepada Kompas.com, selasa (24/11/2015) (Alexander, 2015).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, pada kesempatan kali ini peneliti akan mengkaji bagaimana konstruksi gaya hidup ‘fashion’ mahasiswa Surabaya dalam masyarakat digital. Oleh karena itu skripsi saya yang berjudul Pemaknaan Gaya Hidup *Fashion* Mahasiswi Surabaya dalam media sosial instagram yang memiliki fokus penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana pemaknaan gaya hidup *fashion* mahasiswi Surabaya dalam masyarakat digital?
2. Bagaimana gaya hidup *fashion* terbentuk dikalangan mahasiswi Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji konstruksi gaya hidup *fashion* mahasiswa Surabaya dalam masyarakat digital, apakah mereka merasa puas jika foto dirinya di respon banyak orang karena memiliki pesan moral di dalamnya.

1. Untuk mendeskripsikan pemaknaan gaya hidup *fashion* mahasiswi Surabaya dalam masyarakat digital melalui media sosial instagram.
2. Untuk mendeskripsikan gaya hidup *fashion* yang terbentuk dikalangan mahasiswi Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat penelitian berdasarkan manfaat akademis dan manfaat praktis

1. Manfaat Akademis

Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis, khususnya dalam pemaknaan gaya hidup identitas diri yang sesungguhnya pada media sosial instagram, dimana media sosial adalah wadah berekspresi bagi orang-orang yang memiliki tingkat percaya diri yang tinggi. Studi ini diharapkan mampu menjelaskan dan memberi variasi teoritik tentang Fenomenologi Alfred Schutz dan gaya hidup oleh David Chaney. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai pemaknaan media sosial di kalangan mahasiswi dan dapat memberikan efek yang positif bagi mahasiswi dalam menggunakan media sosial instagram.

2 Manfaat Praktis

Studi tentang konstruksi gaya hidup *fashion* mahasiswi Surabaya dalam masyarakat digital di kalangan mahasiswi ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap berbagai pihak yang terkait, diantaranya :

- Bagi masyarakat, hasil studi ini diharapkan dapat menambah wawasan dan masukkan kepada masyarakat agar mengetahui makna media sosial instagram di kalangan mahasiswa dan lebih baik lagi jika dapat menempatkan dirinya pada media sosial instagram.
- Bagi pemerintah, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan masukan yang tepat untuk media sosial sebagai dunia maya yang dapat mempengaruhi psikis jika tidak dipergunakan secara baik dan dapat merusak moral seseorang jika disalahgunakan.
- Bagi Mahasiswi, hasil studi diharapkan dapat memberikan pengertian pada mahasiswi terhadap pemaknaan media sosial instagram dan bagaimana mahasiswa memainkan peran di dunia online.
- Bagi penulis, dapat menambah dan meningkatkan wawasan sehingga dapat mengetahui identitas yang terbentuk melalui media sosial instagram.

1.5 Tjauan Pustaka

Studi mengenai konstruksi gaya hidup *fashion* mahasiswi Surabaya dalam masyarakat digital memang sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, baik dalam perspektif sosiologi maupun psikologi. Studi terdahulu dengan studi saya yang akan diteliti memiliki perbedaan yaitu studi terdahulu melihat beberapa makna simbol dalam menampilkan cara berpakaian seseorang untuk memaknai setiap tandanya. Studi saya ingin melihat makna identitas yang terbentuk melalui gaya hidup *fashion* mahasiswi dan hanya dapat terjadi di media sosial instagram.

Firdha amalia pada tahun (2018) melakukan studi mengenai “identitas *crossdresser* dalam akun instagram jovi adhiguna hunter” , studi ini memiliki tujuan untuk mengkaji identitas *crossdresser* pada akun Jovi Adhiguna sebagai seseorang yang disebut *fashion influencer* yang dapat dinikmati oleh masyarakat Indonesia melalui postingan fotonya di instagram. Dari postingan foto maupun video yang ditampila oleh Jovi terdapat pesan atau arti dari setiap foto yang berbeda guna pesan yang disampaikan dapat memberikan gambaran kepada penonton bahwa seorang laki-laki dapat berpakaian perempuan tanpa merubah identitasnya sebagai laki-laki. Dari postingan tersebut, Jovi berupaya untuk memberikan motivasi yang membangun identitas yang dirinya miliki kepada akun lainnya untuk membarnding dirinya agar dapat dinilai *fashionable* dengan dandanannya tersebut sebagai *crossdresser*. Akan tetapi, tidak semua paham akan *crossdresser* tersebut, sebab masyarakat Indonesia masih awam untuk memajami perilaku yang menyimpang di masyarakat.

Hasil dari studi tersebut dapat ditemukan bahwa adanya *crossdresser* pada akun tersebut merupakan salah satu bentuk komunitas non-verbal. Pada pakaian yang dikenakan jovi dalam unggahan foto dirinya di indtagram dapat memberikan penelitian yang unik yang jarang diketahui oleh orang lain bahwa ada fungsi yang dapat diberikan pada jovi sebagai suatu proses pemaknaan dalam berpakaian. Tak

bisa dipungkiri bahwa dandanan yang jovi kenakan dapat menampilkan suatu identitas yang berbeda dari yang lainnya, yakni dengan adanya sisi maskulin dan feminim. Dari hasil tanda-tanda tersebut terdapat sebuah pandangan yang dilakukan oleh jovi yaitu sebuah pandangan cara berpakaian untuk menampilkan identitas dirinya dihadapan pengikutnya di instagram.

Peneliti berikutnya dilakukan oleh Evania pada tahun (2016) , Melalui “studi etnografi visual”, penelitian ini dapat memberikan gambaran atas foto diri yang menampilkan realitas sosial, akan tetapi disatu sisi ada juga yang dapat menampilkan simbol-simbol berupa visual yang dapat membentuk representasi seperti apa yang ingin kita inginkan. Dalam hal tersebut terdapat suatu ‘representasi identitas’ yang diberikan melalui Instagram yang memediasi ruang bagi ‘the spectacle society’ masyarakat tontonan.

Hasil studi yang dilakukan oleh Evania yaitu, adanya suatu penelitian sebagai *the mode of the reproduction of identity in the spectacle society*. Yang mana sebuah proses identitas dalam masyarakat atas apa yang ditonton melalui sebuah postingan yang terdapat di unggahan instagram. Dalam hal ini terdapat empat pemeran utama yang dapat memberikan keberlangsungan reproduksi suatu identitas yakni performer, spectator, phoyo dan reponse. Pada pandangannya ini, terdapat proses yang dimulai dari aktivitas pengguna sosial yang mengunggah photo pada akun isntagram kemudian menampilkan foto kepada para pengikutnya di akun instagram miliknya untuk dinikmati. Pada proses ini bisa dikatakan bahwa seperti seorang dengan performer yang dapat menampilkan dirinya kepada semua orang yang menonton dalam sebuah postingan foto. Dari unggahan tersebut ada suatu komunikasi virtual yang dapat dinikmati bagi para pengikutnya di instagram dengan adanya like dan komen sebagai apresiasi dari apa yang ditampilkan.

Peneliti lain yang serupa dan memiliki pemikiran bahwa interaksi simbolik dapat terbentuk melalui media sosial tanpa harus berada di dunia nyata dan tanpa saling bertatap muka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan instagram pada remaja dalam pembentukan identitas diri mereka. Pengetahuan mengenai identitas diri menurut peneliti berdasarkan pada pendapat dan pengetahuan seseorang mengenai identitas diri dilihat dari bagaimana seseorang mampu menjelaskan dan menjabarkan menurutnya apa saja yang menjadi bagian dari identitas diri.

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang merupakan Diskriptif Kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah Indepth Interview dan Studi Pustaka, jumlah informan yang diambil adalah 5 orang remaja, memiliki akun Instagram dan merupakan pengguna aktif Instagram. Remaja memanfaatkan Instagram sebagai sarana dalam mencari jati diri. Remaja yang menggunakan media sosial Instagram, memanfaatkan berbagai macam fasilitas yang dimiliki oleh Instagram untuk mengkonstruksi identitas dirinya, dan sebagai wadah untuk unjuk diri. Pembentukan identitas diri dalam media sosial Instagram tersebut dipengaruhi oleh pikiran, pengalaman, dan masyarakat.

Hasil penelitian ini hampir semua informan peneliti memahami identitas diri sebagai ciri khas yang dimiliki oleh seseorang dan berbeda dengan individu lainnya. Itu artinya, bahwa hampir semua informan menyadari dan memahami bahwa setiap individu termasuk dirinya, memiliki ciri khas yang membedakannya dengan individu lainnya. ciri khas tersebut yang menjadi identitas dirinya, yang membuatnya berbeda dengan individu lain. Hampir semua informan secara umum dapat menjelaskan apa saja yang menjadi bagian dari identitas diri, seperti penampilan fisik, ras, cara berpenampilan, kegiatan keseharian, dan persepsi lainnya yang menggambarkan identitas diri seseorang.

Peneliti lain yang serupa yaitu, Intan Theresia *et al* (2019), yang berjudul “gaya hidup dalam media sosial”, menurut Intan gaya hidup merupakan suatu pembeda antara manusia satu dengan lainnya, ada begitu banyak masyarakat yang dapat membagikan postingannya dengan caranya masing-masing. Ada yang membagikan kehidupan sehari-harinya dengan memposting makanan dengan banyak efek sehingga terlihat begitu astatic dan menggunakan caption yang semenarik mungkin, ia membagikan postingan tersebut guna membuat oranglain merasa tertarik pada setiap postingan yang ia unggah.

Hasil penelitian ini yaitu, masyarakat seringkali membagikan postingan sesuai dengan kehidupannya yang mewah dan ingin memberitahu kepada banyak orang bahwa ia adalah orang yang terpandang dan selalu menjadikan followersnya sebagai penonton yang hanya melihat kesehariannya dengan postingan yang ia unggah.

Peneliti selanjutnya yaitu Nursalam *et al* (2016), tentang “Konstruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi”. Penelitian ini menjelaskan tentang perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya instagram yang menyebabkan adanya perubahan sedikit demi sedikit yang membawa pola pikir perilaku mahasiswa pendidikan sosiologi. Penggunaan media sosial instagram mendorong perubahan pola pikir perilaku mahasiswa, media instagram menjadi sebuah kebutuhan yang sangat penting bagi penggunanya di semua kalangan. Perubahan pola pikir mahasiswa yakni mulai dari *life style, fashion* dan juga perilaku konsumtif. Adanya dampak perubahan media sosial instagram terhadap pola pikir mahasiswa, yakni dalam pemilihan gaya hidup akan timbul berbagai akibat. Dampak positifnya antara lain yaitu penghilang stress, belanja memberikan ketenangan dan kenyamanan bagi seseorang yang gemar berbelanja atau biasa disebut shopaholic. Adapun dampak negatifnya yaitu, perilaku konsumtif bagi

mahasiswa yang sebenarnya kurang tidak diperlukan, gaya hidup shopaholic yang memberikan dampak boros dapat dinilai dari pengeluaran mahasiswa yang membeli barang-barang setiap bulannya, sikap candu mahasiswa terhadap gaya hidup shopaholic dapat dilihat dari berpengaruhnya mahasiswa dalam menggunakan barang-barang keluaran terbaru.

Hasil dari penelitian ini adalah ketergantungan akan media instagram dapat membuat seseorang terperangkap pada dunia maya dimana seseorang akan lebih cenderung mementingkan kehidupan dunia maya dibandingkan dengan realita sosialnya. Kurangnya pengetahuan tentang media sosial, kecanduan terhadap pengguna media instagram. Dampak positifnya membantu bagi yang senang mengabadikan moment atau peristiwa di sekelilingnya melalui foto, video atau caption yang menceritakan detail dari postingan tersebut, dampak negatifnya terlalu kecanduan yang mengakibatkan seseorang lupa akan tugasnya sebagai mahasiswa yang juga menuntut ilmu di suatu perguruan tinggi.

Peneliti berikutnya yaitu Irawan Eko (2017), tentang “Instagram Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota Pekanbaru (Studi Komunitas Instagram Di Kota Pekanbaru)”. Penelitian ini menjelaskan tentang para pengguna instagram di kota pekanbaru khususnya komunitas-komunitas yang ada di kota ini menjadikan media sosial sebagai sarana berinteraksi di dunia maya tanpa harus bertemu dan bertatap muka oleh pengguna instagram lainnya. Cukup dengan memainkan media ini untuk berkarya dalam membentuk seni fotografi ataupun gambar. Media sosial instagram digunakan untuk berkomunikasi jarak jauh dengan cara membagikan foto atau video dan membagikan kesehariannya, sekaligus untuk menjaga silaturahmi dengan sesama melalui media instagram.

Hasil dari penelitian ini adalah media sosial instagram digunakan untuk berbagi foto dan video yang dapat dilihat oleh pengguna instagram lainnya. Penggemar instagram mulai dari mahasiswa atau pelajar, bahkan sampai

orangtua. Seseorang yang memiliki telfon genggam pasti bisa mengakses media instagram dengan mudah kapan pun dan dimana saja. Memainkan media instagram sudah menjadi gaya hidup pelajar di pekanbaru karena tuntutan perkembangan zaman yang menjadikan media sosial instagram sebagai kewajiban bagi para pelajar pada saat sekarang ini

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Syahrial Rahmandika Akbar (2019), tentang “Peran Media Sosial Dalam Perubahan Gaya Hidup Remaja (Studi Mengenai Peran Media Sosial Dalam Perubahan Gaya Hidup Remaja di SMA Muhammadiyah 3 Surabaya)”. Penelitian ini membahas tentang perubahan gaya hidup yang dilakukan oleh pelajar remaja di SMA Muhammadiyah 3 Surabaya yaitu karena keinginan dan juga dari trend yang sedang beredar di kalangan pelajar yang mengharuskan mereka memiliki media sosial. Akibatnya remaja melakukan perubahan dalam hal *fashion*, gaya bicara, menemui tempat yang lagi nge trend.

Kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu, terpengaruh media sosial yang mengakibatkan perubahan gaya hidup pelajar SMA Muhammadiyah 3 Surabaya yang memiliki cakupan luas terhadap konten-konten yang terdapat didalamnya. Media sosial yang intens digunakan yaitu *line*, *whatsapp*, dan *YouTube*. Mereka mengakses media sosial dengan menggunakan *Handphone* dan mengandalkan sinyal wifi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu, penelitian sebelumnya lebih berfokus pada identitas yang terjadi ketika di dunia maya, dimana media nya adalah instagram dan digunakan sebagai alat untuk penyampaian pesan yang terdapat dari foto yang diunggah oleh akun tersebut. Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini lebih berfokus pada makna identitas seperti apa dan bagaimana yang terbentuk di media sosial di kalangan mahasiswi Surabaya, dan bagaimana pemaknaan media sosial yang

sebenarnya jika dilihat dari mahasiswi yang notabene seorang pelajar dengan tingkat kesadaran yang tinggi akan gaya hidup (*fashion*) yang lebih diutamakan. Bisa dikatakan bahwa mahasiswi saat ini adalah generasi milenial yang sangat berpengaruh pada kemajuan teknologi yang sedang berkembang saat ini.

1.6 Kerangka Teori

Dalam menganalisis skripsi ini, peneliti menggunakan beberapa acuan teori yang nantinya dapat menjawab pokok permasalahan dalam rumusan masalah. Peneliti menggunakan teori Fenomenologi Alfred Schutz sebagai teori utama dan teori pendukungnya yang membicarakan tentang gaya hidup yakni dari David Chaney. Adapun beberapa teori yang digunakan untuk melihat realitas tersebut meliputi :

1.6.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Pemahaman gejala sosial atau gejala fenomena yang terjadi di masyarakat telah terbangun menjadi realitas kehidupan sehari-hari. Pemikiran Alfred Schutz menjadi sebuah jembatan atas gejala fenomena yang ada di masyarakat untuk menelaah fenomenologis melalui interaksi yang terjadi di masyarakat yang dinyatakan sebagai gejala sosial.

Alfred Schutz dalam Djaya Tika (1932) mengutarakan bahwa manusia mengkonstruksikan makna melalui proses tipikasi dan terjadi dalam sebuah pengalaman. Maka Alfred Schutz mengkaitkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman yang dialami sehari-hari dan mencari asal usul dari pengalaman dan pengetahuan tersebut. Alfred Schutz memahami dan menggambarkan tindakan seseorang dalam kehidupan sosial dengan merujuk kepada tindakan yang dilakukan pada masa lalu dan tindakan yang akan dicapai dimasa yang akan datang.

Alfred Schutz merupakan orang pertama yang mencoba menjelaskan bagaimana fenomenologi dapat menjelaskan bagaimana fenomenologi dapat diterapkan untuk mengembangkan wawasan ke dalam dunia sosial. Schutz adalah seorang perintis pendekatan fenomenologi sebagai alat analisis dalam menangkap gejala sosial yang terjadi di masyarakat saat ini. Selain itu Schutz juga menyusun pendekatan fenomenologi secara lebih sistematis, komprehensif, dan praktis sebagai sebuah pendekatan yang berguna untuk menangkap berbagai gejala atau fenomena dalam dunia sosial. Menurut Amri Nur (2017) konsep fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz biasanya diistilahkan dengan fenomenologi sosial. Schutz berusaha menyusun konsep fenomenologi yang disusun oleh Husserl agar lebih dipahami.

Menurut Alfred Schutz dalam Amri Nur (2017) proses pemaknaan diawali dengan penginderaan, suatu proses pengalaman yang harus berkesinambungan. Arus pengalaman inderawi ini pada awalnya tidak memiliki makna, makna muncul ketika dihubungkan dengan pengalaman-pengalaman sebelumnya serta melalui proses interaksi dengan orang lain. Karena itulah ada makna individual dan ada pula makna kolektif tentang sebuah fenomena.

1.6.2 Teori Gaya Hidup David Chaney

Dalam bukunya gaya hidup sebuah pengantar komprehensif, David Chaney menurut (Idi Subandy, 2006) adanya pertumbuhan gaya hidup masyarakat Indonesia. Dalam karyanya ini Chaney mengungkapkan bahwa permasalahan gaya hidup merupakan permasalahan yang kompleks. Gaya hidup yang dipahami Chaney sebagai proyek refleksi dan penggunaan fasilitas konsumen secara sangat kreatif. Gaya hidup merupakan suatu tindakan atau pola yang membedakan antara satu orang dengan orang

lainnya. Dengan melihat pengelompokan status yang dapat mendefinisikan nilai-nilai serta menunjukkan adanya posisi sosial dari masyarakat golongan tertentu. Gaya hidup merupakan suatu cara yang terstruktur dalam pergaulan, pemahaman untuk mengasosiasikan permainan kriteria status dalam konteks yang tidak diketahui namanya.

Masyarakat konsumen Indonesia tampaknya sangat laah akan hal yang sedang viral atau sedang marak-maraknya terdengar dikalangan masyarakat digital akan adanya globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan bergaya semacam *Shopping Mall*, industri waktu luang, industri mode atau *fashion*, industri kecantikan, industri kuliner, industri nasihat, gencarnya iklan barang-barang super mewah dan liburan wisatawan ke luar negeri menjadi salah satu budaya konsumen yang saat ini marak digandrungi masyarakat Indonesia khususnya mahasiswi yang haus akan popularitas.

Menurut Chaney (1997) ada beberapa tahapan gaya hidup yakni industri gaya hidup, iklan gaya hidup, *public relation*, dan journalism gaya hidup, gaya hidup mandiri, dan gaya hidup hedonis. Pada hakikatnya seseorang menggunakan gaya hidup dalam kehidupannya sehari-hari untuk mengenal dan menjelaskan adanya kompleks identitas yang lebih luas.

Menurut Chaney (dalam Idi Subandy, 1997) ada beberapa bentuk gaya hidup, diantaranya adalah:

a. Industri Gaya Hidup

Dalam abad gaya hidup, penampilan diri itu justru mengalami estesisasi, “estesisasi kehidupan sehari-hari” bahkan tubuh atau diri (*body/self*) pun justru mengalami

estesisasi tubuh. Tubuh atau diri dan kehidupan sehari-hari menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. “kamu bergaya maka kamu ada” adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industry penampilan

b. Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*) adalah sebuah iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan mempresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus untuk arti pentingnya citra diri dan tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kuat.

c. *Public Relations* dan Journalisme Gaya Hidup

Pemikiran yang nyata dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya selebriti, para selebriti membantu untuk membuat suatu pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesoris *fashion*”. Pada generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang dialami selebriti, dengan cara nereka bergonta-

ganti busana untuk jalan-jalan. Hal ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

d. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung kepada siapa pun. Diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi berdasarkan tanggung jawab yang mereka lakukan sebagai bentuk perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dengan kedisiplinan akan terbentuknya gaya hidup mandiri.

e. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah untuk bersenang-senang dan membeli sesuatu yang mereka inginkan untuk sebuah kepuasan tersendiri.

Pengertian gaya hidup menurut para ahli :

1. Kotler dan Keller (2012:192)

Pengertian gaya hidup menurut Kotler dan Keller adalah pola gaya hidup seseorang yang dapat diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup yang dapat menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup yang menggambarkan seluruh pola kehidupan seseorang dalam beraksi dan

berinteraksi dengan lingkungan di sekeliling mereka untuk menunjukkan bahwa dirinya adalah orang yang mampu untuk membeli ataupun menggunakan sesuatu hal yang bernilai harganya.

2. KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) (2008)

Pengertian gaya hidup menurut KBBI adalah pola tingkah laku sehari-hari golongan manusia dalam masyarakat.

3. Plummer (1983:132)

Pengertian gaya hidup menurut Plummer adalah cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang mereka dengan cara membelanjakan sesuatu hal untuk mencapai keinginannya, apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya.

4. Weber (dalam Damsar 2002:120)

Pengertian gaya hidup menurut Weber adalah selera pengikat kelompok sosial dalam (in group) actor kolektif atau kelompok pencari status, berkompetisi ditandai dengan kemampuan memonopoli sumber daya.

5. Sumarwan (2011:57)

Pengertian gaya hidup menurut Sumarwan adalah penggambaran suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan melihat minat dan opini dari seseorang. gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.

1.7 Metode dan Prosedur Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan tipe penelitian, tipe penelitian yang dipilih oleh peneliti sebagai berikut:

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk menginterpretasikan tindakan sosial dan sebagai sebuah yang bermakna (dimaknai) serta dapat merekonstruksi kembali turunan makna dari tindakan yang bermakna pada komunikasi individu dalam kehidupan sosial sehari-hari (kompasiana, 25 maret 2015). Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang berupa teks, frasa-frasa, teks tertulis, yang mempresentasikan persepsi dan pengalaman informan dalam membentuk identitas diri melalui media sosial Instagram. Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk mendapatkan data dalam penelitian (Sakti *et al*, 2018).

Metode penelitian kualitatif ini juga lebih menekankan pada penelitian yang bersifat memberikan gambaran secara jelas dan sesuai dengan apa yang ada pada fakta di lapangan, maka dari itu dalam usulan penelitian ini memilih untuk menggunakan metode kualitatif karena bertujuan untuk menjawab permasalahan yang ada di fokus penelitian melalui pendekatan kualitatif dengan menangkap data secara rinci sesuai dengan fakta dan apa saja yang dilakukan informan ketika di dunia maya.

1.7.2 Isu-isu Penelitian

Saat ini masyarakat sudah banyak mengenal berbagai media sosial yang lagi ramai di perbincangkan oleh banyak orang, media sosial yang

sedang *booming* saat ini ialah instagram. Masyarakat cenderung mengakses media sosial sebagai upaya pemenuhan komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan sebuah proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan, komunikasi visual yang mengkombinasikan dengan media virtual berupa instagram. Banyak dari masyarakat yang menggunakan instagram sebagai satu media ajang menunjukkan jati dirinya dengan meng-upload foto dirinya sebagai representasi identitas diri. Masyarakat yang memiliki konsep diri yang merupakan pandangan siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi ataupun definisi yang diberikan oleh orang lain terhadap diri kita melalui like ataupun komen-komen yang diberikan oleh orang lain kepada postingan kita.

Instagram sebagai media penyampaian gambar yang bisa dilihat oleh seluruh masyarakat yang juga menggunakan instagram, tak hanya itu instagram saat ini juga mengeluarkan fitur-fitur menarik bagi penikmatnya yaitu ada fitur yang namanya *instastory*, dimana *instastory* hanya bisa dilihat saat 24 jam dan setelah 24 jam akan hilang dengan sendirinya dalam durasi 20 detik. Di *instastory* itu ada fitur stiker yang bisa digunakan untuk video dan foto selfi dimana stiker digunakan jika kita ingin menggunakan beberapa stiker yang ada di *instastory*. Dan ada juga boomerang yang durasinya kurang dari 10 detik di ulang-ulang. Dengan begitu masyarakat akan tertarik dengan adanya fitur instagram dan banyak juga fitur-fitur lainnya yang ditawarkan oleh instagram untuk menarik perhatian masyarakat.

1.7.3 Penentuan Subyek Penelitian

Setting dan subyek pada penelitian adalah suatu kesatuan dalam mencari informan sebagai sumber data dalam penelitian ini berdasarkan

pada subyek yang memiliki pengalaman yang pada fokus penelitian yang ingin peneliti teliti, dan bersedia memberikan informasi yang lengkap dan akurat sesuai dengan yang dibutuhkan pada penelitian ini. Subyek informan yang sudah dipilih harus memiliki sumber data dan informasi yang memenuhi syarat dan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Informan dipilih berdasarkan kriteria - kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Peneliti juga menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan subjek yang ingin dijadikan informan oleh peneliti, ada beberapa kriteria informan yang ingin peneliti cari yaitu, mahasiswa aktif yang berusia 18-24 tahun, mahasiswa yang memiliki akun instagram aktif, mahasiswa yang mengetahui makna fashion. Peneliti ingin mengetahui apa arti media sosial instagram yang sebenarnya bagi mahasiswa dan bagaimana mahasiswa menggunakan instagram sebagai penerapan di kehidupan sehari-hari. Peneliti menunjuk subyek mahasiswa yang ada di wilayah Surabaya, karena Surabaya adalah salah satu kota yang memiliki lebih dari 10 universitas terbaik dan kota yang semakin maju di era teknologi, Surabaya juga sebagai kota metropolitan kedua setelah Jakarta.

1.7.4 Setting Sosial Penelitian

Untuk menjawab fokus penelitian, maka penelitian ini akan dilakukan di Surabaya. sebagai kota besar kedua di Indonesia dan terdapat berbagai macam Universitas. Oleh karena itu peneliti mengambil mahasiswa yang ada di Surabaya sebagai informan dalam menjawab fokus penelitian yang sudah terdapat diatas yaitu tentang pemaknaan gaya hidup “fashion” mahasiswa Surabaya dalam media sosial instagram. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melihat bagaimana mahasiswa dapat memaknai gaya hidup “fashion” di media sosial instagram dalam kehidupan sehari-harinya untuk mencari jati sebagai setting sosial yang

memungkinkan peneliti mendapatkan jawaban mendalam, rinci dan beragam variasi data yang lebih banyak.

1.7.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Indepth Interview / Wawancara Mendalam

Indepth Interview atau Wawancara mendalam yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi dengan cara tanya jawab, yang berhadapan langsung dengan beberapa informan yang sudah ditentukan peneliti kemudian dapat memberikan keterangan-keterangan yang berkaitan permasalahan penelitian. Wawancara mendalam yang dilakukan peneliti menggunakan pedoman wawancara terbuka dan tetap menjaga suasana keakraban dengan informan agar peneliti mampu mencari informasi sebanyak mungkin dengan menggunakan pedoman wawancara (*guide interview*) kemudian peneliti dapat memperoleh gambaran secara jelas mengenai pemaknaan gaya hidup *fashion* pada mahasiswi. Selain itu lokasi dan waktu dilakukannya wawancara akan disesuaikan dengan keinginan informan. Peneliti melakukan wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur untuk mendapatkan keterangan-keterangan tentang mahasiswi yang menggunakan media sosial aktif dan bagaimana ia dapat memaknai instagram dan diterapkan di kehidupan sehari-harinya. Metode wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data primer yaitu memperoleh data atau informasi dari informan secara langsung untuk proses pengolahan selanjutnya.

b. Studi Kepustakaan

Studi pustaka yang dilakukan peneliti adalah mengumpulkan data dengan cara mencari data serta informasi berdasarkan penelaahan literatur atau referensi, baik yang bersumber dari buku-buku dan dokumen-dokumen, laporan-laporan, jurnal-jurnal, kliping, majalah, makalah-makalah yang pernah diseminarkan. Artikel-artikel dari berbagai sumber, termasuk internet maupun catatan-catatan penting yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu Pemaknaan Gaya Hidup *Fashion* Mahasiswi Surabaya Dalam Media Sosial Instagram.

1.8 Metode Analisis Data

Dalam usulan penelitian ini nantinya akan menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan dari data-data yang diperoleh selama penelitian, baik itu berupa data primer yakni observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*) dan dokumentasi maupun data sekunder yakni studi kepustakaan dan yang ditulis dengan menggunakan bahasa asli sesuai hasil yang dibicarakan (bahasa daerah, bahasa asing, umpatan, dalam penelitian kualitatif dilakukan secara terus menerus hingga data yang diperoleh mencapai titik jenuh. Dalam hal ini, titik jenuh yang dimaksud yaitu data yang diperoleh tidak mendapatkan variasi lagi (monoton).