

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menggeser pola interaksi sosial masyarakat, termasuk cara individu membangun identitas dan memperoleh pengakuan. Media sosial tidak lagi sebatas sarana komunikasi, tetapi ruang sosial baru tempat nilai, simbol, dan norma diproduksi serta dipertukarkan secara cepat. Dalam ruang ini, apa yang berulang tampil dan memperoleh respons publik cenderung dianggap wajar dan ideal. Kondisi tersebut menegaskan peran media sosial dalam membentuk realitas sosial kontemporer (Nasrullah, 2020).

Realitas sosial di ruang digital tidak hadir secara netral, melainkan terbentuk melalui proses sosial yang berulang. Representasi tertentu misalnya tentang penampilan dapat berubah menjadi rujukan karena terus dipertontonkan dan dikukuhkan oleh interaksi pengguna. Pengguna kemudian menilai diri dan orang lain dengan mengacu pada rujukan dominan itu. Dengan demikian, media sosial tidak hanya *memantulkan* realitas, tetapi ikut *menciptakan* standar sosial (Nasrullah, 2020).

Ranah visual menjadi salah satu ranah yang paling cepat membentuk standar di media sosial. Penampilan bekerja sebagai tanda sosial yang dibaca cepat dan sering dijadikan dasar penilaian kepantasan. Dalam konteks ini, fesyen tidak bisa dipahami sebagai selera personal semata, tetapi sebagai praktik sosial yang membawa konsekuensi simbolik. Dalam penelitian ini, istilah fesyen digunakan sebagai padanan dari istilah fashion dalam literatur akademik, yang merujuk pada mode berpakaian sebagai praktik budaya dan simbolik di media sosial. Hal ini menjadi relevan untuk diteliti pada kelompok usia mahasiswa yang intens bermedia sosial (Sukmawaty & Rohmawati, 2025).

Fesyen di ruang sosial modern berkaitan dengan makna-makna seperti rapi, sopan, modern, religius, atau *kekinian*. Di lingkungan kampus, fesyen juga

berhubungan dengan strategi adaptasi sosial karena mahasiswa berada dalam ruang publik yang sarat penilaian teman sebaya. Pilihan *outfit* berpotensi memicu cara membangun kesan awal, menjaga rasa aman sosial, dan menegaskan identitas. Karena itu, standar fesyen yang terbentuk di media sosial dapat menyeberang ke praktik berpakaian di kampus (Julianti & Ritonga, 2025).

Konteks Indonesia memperlihatkan bahwa penggunaan internet telah menjadi bagian besar dari aktivitas harian masyarakat. Laporan survei nasional menunjukkan penetrasi dan intensitas penggunaan internet yang tinggi, serta aktivitas bermedia sosial yang semakin meluas (APJII, 2024). Data statistik resmi juga menunjukkan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang makin bergeser ke platform digital (BPS, 2023). Kondisi ini menjadi basis empiris bahwa studi tentang standar sosial di media digital relevan dan aktual.

Di antara platform yang populer, TikTok menonjol karena mengandalkan video pendek dan sistem rekomendasi konten. Karakter rekomendasi ini membuat pengguna mudah terpapar tren yang sama meski tidak berada pada jejaring pertemanan yang sama. Karena itu, TikTok efektif mempercepat penyebaran tren dan membentuk rujukan kolektif, termasuk pada ranah fesyen. Gambaran umum tentang tren penggunaan platform digital di Indonesia juga terdokumentasi dalam laporan tahunan digital (Kemp, 2025).

Berbeda dari platform yang lebih berbasis jejaring, TikTok menekankan *discovery* konten melalui halaman rekomendasi. Konten yang performanya tinggi akan terus diulang, ditiru, dan dimodifikasi oleh pengguna lain. Repetisi ini menciptakan pola yang stabil: gaya tertentu tampak dominan dan dianggap sebagai *standar*. Dalam konteks fesyen, pola tersebut sering hadir sebagai *template* berpakaian yang mudah direplikasi.

TikTok juga memproduksi tren fesyen melalui format yang mudah diikuti seperti *OOTD*, *lookbook*, *mix and match*, dan *outfit kampus*. Format-format ini menyajikan standar secara konkret: kombinasi atasan-bawahan, palet warna, layering, hingga detail *hijab style*. Pengguna dapat menyimpan video, menirunya, atau mengadaptasinya sesuai situasi kampus (Arya Pratama Winata, 2025). Akhirnya, konten TikTok berfungsi sebagai sumber *pengetahuan praktis* tentang bagaimana seharusnya tampil.

Standar fesyen di TikTok terbentuk melalui mekanisme seleksi sosial yang ditopang metrik keterlibatan. Konten yang dianggap menarik secara visual cenderung memperoleh *views*, *likes*, komentar, dan dibagikan sehingga semakin tampak dominan. Konten yang tidak sesuai selera dominan cenderung lebih jarang muncul dan tidak menjadi rujukan (Arif Fadilla Cibro, 2025). Dengan demikian, standar bukan hanya hasil preferensi individu, tetapi juga hasil dari sirkulasi konten yang timpang.

Dalam perspektif teori konstruksi sosial, standar fesyen dapat dipahami sebagai realitas sosial yang dibentuk dan kemudian diperlakukan sebagai *kenyataan*. Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Di TikTok, eksternalisasi tampak pada produksi konten fesyen, objektivasi tampak ketika gaya tertentu menjadi rujukan bersama, internalisasi tampak saat pengguna menilai diri berdasarkan rujukan tersebut (Nasrullah, 2020; Abdullah, 2025). Kerangka ini relevan untuk membaca *standar fesyen TikTok* sebagai konstruksi sosial yang hidup dalam keseharian.

Ketika standar telah terinternalisasi, ia bekerja sebagai norma kepantasan yang sering tidak tertulis. Norma itu hadir dalam *rasa pantas/tidak pantas*, *rapi/tidak rapi*, atau *sesuai kampus/tidak sesuai kampus*. Penilaian dapat muncul melalui komentar teman, respons sosial, atau rasa tidak nyaman saat tampil di ruang publik. Pada titik ini, standar fesyen menghubungkan ruang digital dan ruang kampus (Sukmawaty & Rohmawati, 2025).

Fesyen di TikTok juga beririsan dengan ekonomi digital karena konten fesyen sering bersinggungan dengan promosi dan belanja. Walau penelitian ini tidak berfokus pada perilaku konsumsi, konteks ekonomi platform membantu menjelaskan mengapa standar fesyen dapat menjadi semakin *terlihat* dan konkret. Ketika tren disertai rekomendasi item atau estetika tertentu, standar menjadi lebih mudah dikejar sekaligus lebih mudah menilai *siapa yang sesuai* dan *siapa yang tidak*. Hal ini memperkuat daya normatif standar fesyen.

Dalam konteks Indonesia, wacana literasi digital menjadi penting karena paparan media sosial berkaitan dengan kemampuan individu menilai dan

memaknai konten. Laporan literasi digital nasional menunjukkan adanya tantangan pada aspek budaya digital, etika digital, dan kemampuan kritis dalam menggunakan platform (Kominfo, Siberkreasi, & Katadata Insight Center, 2022). Dengan paparan TikTok yang intens, kemampuan kritis memaknai apakah tren fesyen diperlakukan sebagai inspirasi, tekanan, atau norma. Karena itu, penelitian tentang pemaknaan standar fesyen menjadi relevan secara sosial.

Pada ranah modest fesyen/*hijab style*, TikTok menjadi ruang rujukan yang mempertemukan norma kesopanan dengan estetika populer. Konten *hijab style* sering menyajikan gaya yang diklaim rapi, *clean look*, atau *kampus-friendly*. Narasi *modest tapi tetap aesthetic* mengarahkan pengguna pada standar tertentu tentang bagaimana muslimah seharusnya tampil. Standar ini kemudian masuk ke praktik berpakaian harian, termasuk di kampus (Handayani, 2025).

Namun, standar yang tampak praktis dapat berubah menjadi tekanan sosial ketika menjadi acuan dominan. Mahasiswi dapat merasa perlu menyesuaikan diri agar tidak terlihat kurang rapi, kurang pantas, atau ketinggalan tren. Tekanan semacam ini sering hadir melalui perbandingan sosial dan evaluasi diri. Paparan konten yang repetitif memperkuat dorongan untuk membandingkan dan menilai diri (Erfina Dwi Apriani, 2025).

Mahasiswi berada pada fase dewasa awal yang umumnya ditandai proses pembentukan identitas sosial yang intens. Dalam fase ini, kebutuhan akan penerimaan sosial dan rasa aman dalam pergaulan sering meningkat. Karena itu, standar fesyen dapat dimaknai dalam pembentukan cara mahasiswi memandang dirinya, termasuk rasa percaya diri dan rasa pantas di ruang kampus (Resita Aprelia Sanjaya, 2025).

Citra diri dalam penelitian ini dipahami sebagai cara individu menilai dirinya dan mengelola kesan dalam interaksi sosial. Citra diri mencakup rasa percaya diri, rasa kepantasan, dan strategi menampilkan diri dalam konteks tertentu. Fesyen menjadi medium yang sangat terlihat untuk membangun citra diri tersebut (Sukmawaty & Rohmawati, 2025). Dengan demikian, relasi standar fesyen TikTok dan citra diri berpotensi kuat pada kelompok mahasiswi.

Pada perguruan tinggi berbasis nilai keislaman, norma berpakaian dan kepantasan sosial umumnya lebih jelas terasa dalam keseharian kampus. Nilai

kesopanan dan kehati-hatian dalam penampilan menjadi kerangka normatif yang memaknai pilihan busana. Di sisi lain, TikTok menghadirkan tren yang bergerak cepat dan sering menekankan estetika visual. Pertemuan dua kerangka ini menempatkan mahasiswi pada proses negosiasi yang tidak sederhana (Handayani, 2025).

Negosiasi tersebut tidak selalu menghasilkan kepatuhan penuh atau penolakan total. Sebagian mahasiswi mengikuti tren padu padan tetapi menjaga batas modest sesuai norma kampus. Sebagian memodifikasi *hijab style* agar tetap menutup aurat namun terlihat *aesthetic*. Sebagian lainnya justru membatasi paparan atau tidak mengikuti tren tertentu karena alasan kenyamanan dan nilai. Variasi ini menandakan standar fesyen bekerja melalui proses pemaknaan, bukan determinasi tunggal (Handayani, 2025).

Mahasiswi Program Studi Jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki posisi yang unik karena dibekali kerangka berpikir kritis mengenai konstruksi sosial dan pembentukan norma. Secara teoretis, mereka memahami bahwa standar fashion tidak hadir sebagai fakta alamiah, melainkan merupakan hasil konstruksi media, budaya populer, dan proses representasi yang berlangsung secara berulang. Namun, pemahaman akademik tersebut tidak serta-merta menghapus kebutuhan akan penerimaan sosial dalam pergaulan kampus dan tuntutan untuk menampilkan citra diri sesuai standar visual dominan. Kondisi ini menempatkan mahasiswi Program Studi Jurnalistik pada irisan antara kesadaran kritis dan tekanan sosial, sehingga menjadikannya sebagai konteks yang relevan untuk mengkaji proses negosiasi standar fashion TikTok dan pembentukan citra diri secara lebih reflektif.

Ketegangan tersebut dapat muncul sebagai ambivalensi: mahasiswi memahami standar fesyen sebagai konstruksi, tetapi tetap terdorong mengejar standar tertentu untuk merasa pantas dan percaya diri. Dorongan itu juga berkaitan dengan kultur teman sebaya dan atmosfer organisasi kampus. Paparan TikTok yang terus-menerus membuat standar hadir sebagai rujukan yang sulit dihindari. Fenomena ini membutuhkan pendekatan kualitatif agar dapat dipahami secara mendalam (Erfina Dwi Apriani, 2025).

Penelitian ini memfokuskan standar fesyen pada padu padan, estetika

rapi/*aesthetic/modest*, dengan brand sebagai aspek opsional yang dicatat jika muncul dari data. Fokus ini penting agar standar fesyen tidak bergeser menjadi kajian konsumsi merek semata. Fokus ini juga sesuai dengan kehidupan kampus: bagaimana *outfit* disusun agar rapi, sopan, dan tetap *aesthetic*. Dengan demikian, standar fesyen memiliki indikator yang jelas dan relevan.

Selain konstruksi standar, penelitian ini menekankan konsep capaian. Capaian dimaknai sebagai sejauh mana standar fesyen TikTok berhasil diinternalisasi dan diwujudkan dalam praktik berpakaian kampus, sekaligus terasa pengalamannya pada citra diri. Capaian dapat berupa perubahan gaya berpakaian, frekuensi meniru konten *OOTD*, dan meningkatnya rasa *sudah pantas* di ruang kampus. Konsep ini membantu penelitian bergerak dari *paparan* menuju *hasil sosial* (Arya Pratama Winata, 2025).

Indikator perubahan gaya berpakaian kampus menunjukkan transformasi nyata di ranah offline. Perubahan dapat mencakup pemilihan warna, jenis busana, siluet, layering, hingga detail *hijab style*. Perubahan juga dapat berupa meningkatnya perhatian pada kerapian dan estetika agar sesuai standar yang dianggap ideal. Indikator ini penting untuk melihat bagaimana standar digital *turun* ke praktik keseharian.

Frekuensi meniru konten *OOTD* menunjukkan mekanisme internalisasi standar. Meniru tidak selalu berarti menyalin persis, tetapi dapat berupa mengambil inspirasi dan mengadaptasi sesuai norma kampus serta kondisi pribadi. Aktivitas menyimpan video, mengikuti kreator tertentu, atau membuat daftar referensi *outfit* memperlihatkan bahwa TikTok menjadi sumber rujukan berpakaian. Dari sini dapat ditelusuri bagaimana standar direproduksi oleh pengguna (Arya Pratama Winata, 2025).

Rasa *sudah pantas* menjadi indikator yang langsung terhubung dengan citra diri. Pantas mencakup rasa aman dari penilaian negatif, rasa nyaman tampil di ruang kampus, dan rasa percaya diri saat berinteraksi. Ketika standar terasa tercapai, sebagian mahasiswi mungkin merasa lebih percaya diri, ketika tidak tercapai, sebagian mungkin merasa ragu atau tertekan. Variasi pengalaman ini perlu digali melalui narasi (Handayani, 2025).

Sejauh ini, kajian tentang media sosial di Indonesia relatif sering menyoroti

pengalaman visual dalam penilaian diri, namun fokus pada TikTok dalam konteks *standar fesyen kampus* masih perlu diperdalam. Selain itu, kajian yang mengaitkan standar fesyen dengan negosiasi norma religius-kampus dan citra diri pada mahasiswi Program Studi Jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung juga belum banyak menjadi fokus utama. Tantangan ini memperlihatkan adanya kebutuhan penelitian yang lebih kontekstual dan spesifik pada institusi. Penguatan argumen ini juga sejalan dengan isu literasi digital dan budaya digital yang menjadi perhatian nasional (Kominfo, Siberkreasi, & Katadata Insight Center, 2022).

Research gap penelitian ini memfokuskan tiga hal yang masih perlu dikaji lebih lanjut. Pertama, belum cukup penelitian yang secara jelas membedakan antara *standar fesyen* dan *standar kecantikan*, sehingga indikator fesyen di kampus dan gaya hijab seringkali kurang praktis digunakan. Kedua, penelitian yang menjelaskan cara pembentukan standar mode khas TikTok melalui pengulangan format, tren, dan rekomendasi masih memerlukan peningkatan (Nasrullah, 2020). Ketiga, masih sedikit penelitian yang menghubungkan capaian standar fesyen dengan persepsi diri mahasiswi di lingkungan kampus yang berlandaskan nilai keislaman, menggunakan pendekatan kualitatif yang menekankan proses memahami, menerima norma, serta mengevaluasi diri sebagai pengalaman dari interaksi simbolik dan pembentukan norma sosial. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar mengisi kekosongan empiris, tetapi juga menawarkan pendekatan konseptual yang memosisikan standar fesyen sebagai realitas sosial yang dimaknai, bukan sekadar pengaruh media.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti kembali mengenai standar fesyen di TikTok, proses negosiasi terhadap standar tersebut, serta hasil capaian standar fesyen dalam membentuk citra diri mahasiswi Program Studi Jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian sosiologi media dan budaya digital, sekaligus menjadi masukan praktis bagi penguatan literasi media di lingkungan kampus.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, maka rumusan

masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana standar fesyen yang direpresentasikan melalui konten TikTok diproduksi dan tampil sebagai rujukan di kalangan mahasiswi Program Studi Jurnalistik?
2. Bagaimana mahasiswi Program Studi Jurnalistik memaknai dan menegosiasikan standar fesyen tersebut dalam konteks sosial dan akademik di kampus?
3. Bagaimana capaian standar fesyen TikTok dirasakan dalam pembentukan citra diri mahasiswi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Memahami standar fesyen yang direpresentasikan melalui konten TikTok diproduksi dan tampil sebagai rujukan di kalangan mahasiswi mahasiswi Program Studi Jurnalistik.
- b. Memahami proses pemaknaan dan negosiasi mahasiswi Program Studi Jurnalistik terhadap standar fesyen TikTok.
- c. Memahami hasil capaian standar fesyen TikTok dirasakan dalam pembentukan citra diri mahasiswi.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini memiliki dua jenis manfaat utama, yaitu manfaat akademik dan manfaat praktis, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu sosiologi serta praktik sosial di era digital.

- a. Kegunaan Akademik

Secara akademik, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian sosiologi, khususnya dalam bidang sosiologi media, sosiologi budaya, dan sosiologi gender. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai bagaimana media sosial seperti TikTok berperan dalam proses konstruksi sosial terhadap standar fesyen dan citra diri individu muda di era digital.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas penerapan teori

Konstruksi Sosial Berger & Luckmann dalam konteks budaya digital modern, dengan menyoroti bagaimana realitas simbolik terbentuk dan diinternalisasi melalui mekanisme algoritmik media sosial. Selain itu, melalui perspektif Interaksionisme Simbolik, penelitian ini dapat memperdalam pemahaman mengenai proses pembentukan makna sosial melalui interaksi simbolik di ruang digital, khususnya pada kelompok perempuan muda akademis.

Lebih lanjut, penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang ingin mengkaji fenomena serupa pada konteks sosial yang berbeda, misalnya pada fakultas atau universitas lain, atau dalam isu yang lebih luas seperti *digital self-presentation*, budaya visual, dan ekonomi simbolik dalam media sosial.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat nyata bagi berbagai pihak, antara lain:

i. Bagi Mahasiswi Sosiologi

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran kritis dan reflektif terhadap pengaruh media sosial, khususnya TikTok, dalam membentuk cara berpakaian dan memaknai diri. Melalui pemahaman sosiologis yang mendalam, mahasiswi diharapkan mampu mengembangkan sikap yang lebih selektif terhadap tren fesyen dan tidak semata-mata menilai diri berdasarkan standar visual yang dominan di media sosial.

ii. Bagi Lingkungan Akademik dan Kampus

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pihak kampus dalam merancang program literasi digital dan penguatan identitas diri mahasiswa. Institusi pendidikan tinggi, khususnya UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan kegiatan akademik atau pelatihan yang membantu mahasiswa menyeimbangkan nilai-nilai keislaman dengan budaya digital global.

iii. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial memaknai gaya hidup, nilai sosial, dan persepsi diri masyarakat, terutama generasi muda. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat mendorong masyarakat untuk membangun ruang digital yang lebih inklusif, sehat, dan beragam dalam mengekspresikan identitas diri.

iv. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi dasar konseptual dan metodologis bagi penelitian lanjutan di bidang sosiologi digital, fesyen studies, dan gender. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai pembandingan atau pengembangan model analisis baru terkait hubungan antara media sosial, simbolisme fesyen, dan pembentukan citra diri di era teknologi komunikasi yang terus berkembang pesat.

## E. Kerangka Berpikir

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah pola interaksi sosial dan menjadi arena utama dalam pembentukan standar fesyen di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswi. Media sosial dalam penelitian ini dipahami sebagai ruang yang ikut membentuk cara individu memaknai dunia sosial, dan juga menciptakan dan mereproduksi standar sosial melalui konten yang terus-menerus muncul dan diulang (Nasrullah, 2020; Cibro & Silalahi, 2025). TikTok sebagai platform video pendek dengan *algoritma* rekomendasi yang kuat mempercepat penyebaran tren fesyen seperti *OOTD* dan *hijab style* yang kemudian menjadi rujukan bersama.

Menurut teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann (1966), realitas sosial, termasuk standar fesyen, terbentuk melalui proses eksternalisasi (penciptaan konten), objektivasi (konten menjadi norma bersama), dan internalisasi (pengguna menerima dan menjalankan standar tersebut). Standar fesyen di TikTok menjadi norma kepantasan yang tidak tertulis, dimaknai dalam persepsi mahasiswi dalam berpakaian di kampus (Sukmawaty & Rohmawati, 2025)

Fesyen tidak hanya dipahami sebagai gaya personal, tetapi juga sebagai simbol sosial yang digunakan individu untuk menilai kepantasan diri dan

memperoleh pengakuan sosial. Melalui pilihan berpakaian, mahasiswi membangun gambaran tentang diri mereka dengan mengacu pada standar yang dianggap wajar dan ideal dalam lingkungan sosialnya.

Dalam konteks kampus dan TikTok, gaya berpakaian dipilih dan dimaknai dengan mempertimbangkan norma kampus, nilai religius, serta tren global yang beredar di media sosial (Siregar, 2025). Identitas yang terbentuk bukan hasil adopsi pasif, melainkan merupakan hasil negosiasi aktif antara norma agama, budaya populer, dan preferensi pribadi (Julianti & Ritonga, 2025).

Media sosial berperan signifikan dalam membentuk *body image*, self-esteem, dan rasa kesepian (*loneliness*) pengguna muda. Paparan intens terhadap standar kecantikan ideal yang direpresentasikan di media sosial dapat menimbulkan ketidakpuasan terhadap tubuh dan tekanan sosial untuk memenuhi standar (Andi Riola Pasenrigading, 2025). Hal ini juga berlaku pada standar fesyen yang berkaitan dengan citra diri dan kepercayaan diri mahasiswi.

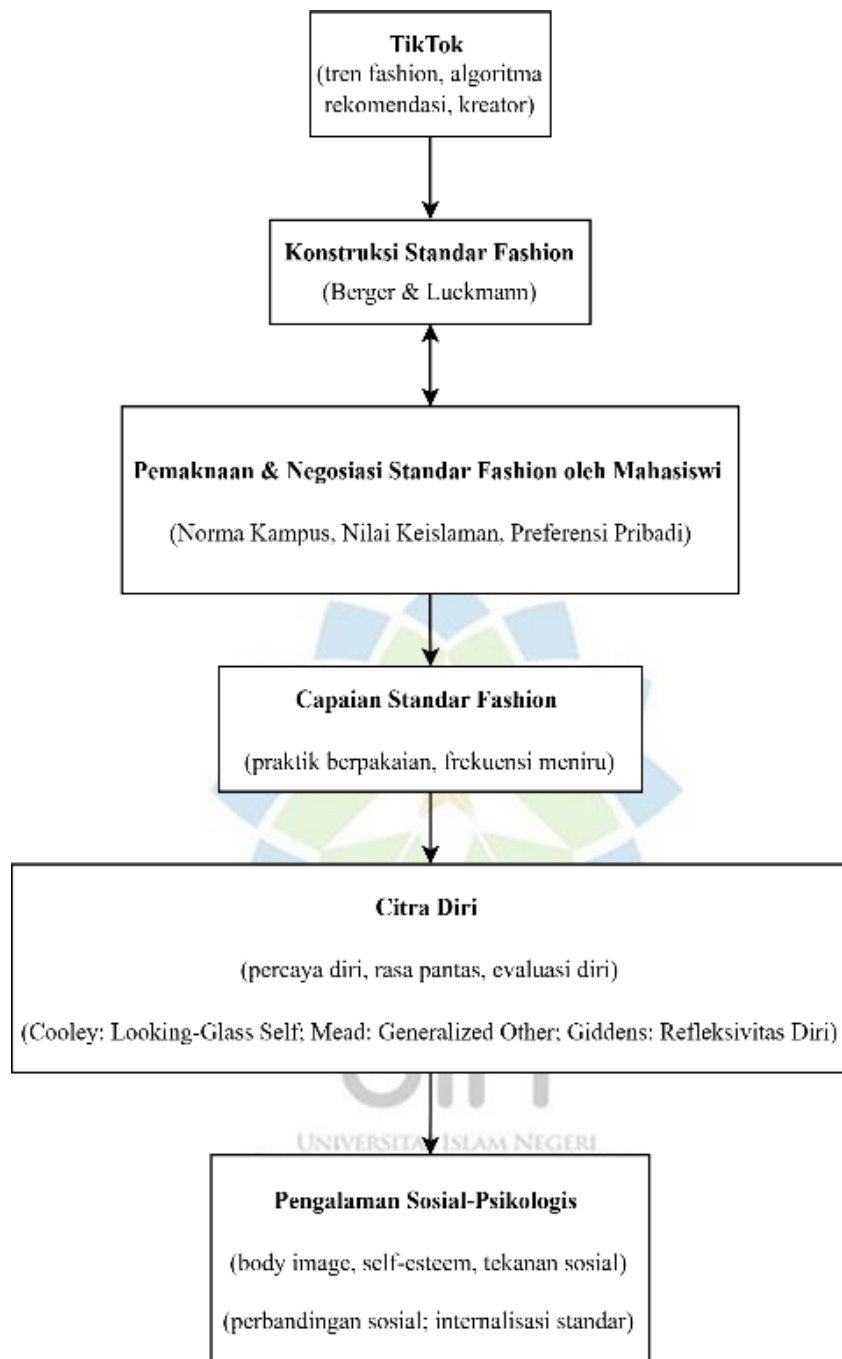
Mahasiswi di kampus Islam seperti UIN Sunan Gunung Djati dan Muhammadiyah Bengkulu mengadopsi tren fesyen modern dan modest fesyen dengan tetap menyesuaikan nilai-nilai agama dan norma kampus (Rini Handayani Siregar, 2025; Resita Aprelia Sanjaya, 2025). Proses ini adalah negosiasi aktif antara tekanan tren global dan tuntutan lokal untuk mempertahankan identitas religius.

Norma sosial dan kebijakan kampus berperan penting dalam membentuk pilihan gaya berpakaian mahasiswa (Sukmawaty & Rohmawati, 2025). Mahasiswi tidak hanya mengikuti tren secara pasif tetapi juga melakukan seleksi dan adaptasi berdasarkan nilai dan lingkungan sosialnya (Andi Riola Pasenrigading, 2025).

Capaian standar fesyen diartikan sebagai sejauh mana mahasiswi mampu menginternalisasi dan merealisasikan standar fesyen yang dibentuk oleh TikTok dalam praktik sehari-hari (Arya Pratama Winata, 2025). Capaian ini terkait dengan pembentukan citra diri, rasa percaya diri, dan rasa pantas dalam berinteraksi sosial di kampus (Siregar, 2025; Sukmawaty & Rohmawati, 2025).

Berdasarkan uraian di atas, standar fesyen di TikTok merupakan hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui proses produksi, reproduksi, dan internalisasi konten visual. Mahasiswi menegosiasikan standar tersebut dengan norma kampus dan nilai keislaman dalam membangun representasi dan presentasi diri. Capaian terhadap standar ini dimaknai dalam pembentukan citra diri dan kepercayaan diri mahasiswi. Media sosial juga membawa pengalaman sosial-psikologis yang dimaknai mahasiswi dalam membangun citra diri, sehingga literasi digital dan kesadaran kritis menjadi penting dalam mengelola pengaruh tren fesyen ini.





Gambar 1.1 Kerangka Berpikir