

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring berjalannya waktu, teknologi menjadi semakin maju terutama di era globalisasi ini. Globalisasi mengacu pada pertukaran barang, teknologi, informasi, dan tenaga kerja tanpa mengenal batas negara juga budaya. Di era globalisasi, hampir semua orang di dunia ini telah menggunakan teknologi.

Istilah teknologi diperkenalkan pertama kali pada tahun 1706 oleh Philips dalam buku berjudul “*Technology: A Description of the Arts, Especially the Mechanical.*” (Hikmat, 2020). Dengan adanya teknologi memudahkan orang-orang dalam mendapat atau menyebarkan informasi, komunikasi, menambah ilmu pengetahuan dan memudahkan segala urusan manusia.

Globalisasi sangat berdampak besar dalam adanya perkembangan teknologi. Munculnya teknologi dapat menyebabkan terjadinya perubahan dalam hidup seseorang. Teknologi juga mempunyai dampak buruk disaat tidak dimanfaatkan secara bijak. Di dunia saat ini, sangat penting untuk berkomunikasi dan menerima informasi. Jadi, Kehidupan manusia tidak mampu menghindari perkembangan teknologi dan internet.

Menurut Kaplan & Haenlein (2010), Perkembangan teknologi di era ini menghasilkan berbagai jaringan seperti internet serta media sosial. Media sosial merupakan salah satu tren berbasis Teknologi Informasi (TI) pada era digital (Abdillah, 2022). Media Sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet untuk bertukar informasi dan melakukan interaksi secara *online* tanpa khawatir batasan ruang dan waktu. Beberapa *platform* media sosial yang populer antara lain Facebook, Instagram, X, Tiktok dan Youtube.

Kemampuan setiap orang untuk menggunakan media sosial terdapat peningkatan yang pesat dalam penggunaannya. Pengguna media sosial dapat mengakses media sosial dan internet. Setiap orang yang menggunakan media sosial dapat dengan mudah mengedit dan menambahkan teks, gambar, video, dan model lainnya. Oleh karena itu, media sosial kini digunakan lebih dari sekadar tujuan komunikasi, media sosial juga berfungsi sebagai alat memodifikasi konten. Media sosial ini memberikan penggunanya untuk mendapatkan cara yang lebih mudah dalam mengelola informasi dan berinteraksi dengan banyak orang.

Kehadiran media internet membuat masyarakat yang sangat penasaran, akan menggunakan media secara berlebihan. Selain itu, cara hidup individu menjadi berubah-ubah, suka berbelanja, bahkan kecanduan teknologi ini. Penggunaan teknologi secara berlebihan yang menyebabkan terjadinya kecanduan teknologi. Kecanduan teknologi bisa menyebabkan masalah Kesehatan mental, seperti kecemasan, peneurunan self-esteem dan masalah atensi.

Ketika teknologi internet digital semakin maju, media sosial juga menjadi semakin umum. Sebagai contoh, seseorang bisa menggunakan Tiktok atau Instagram kapan pun dan di mana pun. Karena kecepatan media sosial yang semakin meningkat, keunggulan media massa konvensional dalam menyebarkan berita mulai berkurang. Memasuki era digital, kekuatan media cetak semakin pudar. Masyarakat lebih bebas memilih dari mana mendapat informasi dengan mudah yaitu dengan mengakses media sosial yang bisa diakses dimana saja.

Tiktok adalah *platform* media sosial yang populer. Tiktok terkenal dengan video pendek kreatifnya, berbagi foto dan video dengan fitur seperti *Stories*. Banyak orang menggunakan media sosial tersebut untuk berkomunikasi, berbagi konten, dan berinteraksi dengan teman dan pengikut.

Karena banyaknya konten terkait pakaian, khususnya di Tiktok, perhatian pengguna semakin tertuju pada konten tersebut. Hal ini khususnya berlaku bagi kaum muda yang mencari rekomendasi di media sosial mengenai pakaian, tata rias wajah, dan produk yang bisa mempercantik kulit remaja. Mungkin pengguna

aplikasi Tiktok pada awalnya memiliki kemampuan untuk melihat konten sebagai hiburan semata. Namun, ketika muncul konten *fashion* mereka memiliki dorongan untuk membeli. Ketika beberapa pengguna Tiktok melihat video yang terkesan menggairahkan, remaja meniru gaya *fashion* dalam video konten tersebut.

*Fashion* adalah ekspresi estetika yang populer di era waktu, tempat, dan konteks saat ini. Hal ini sebagian besar mempengaruhi proporsi tubuh, pakaian, aksesoris, gaya hidup, riasan wajah, dan rambut. Karena hal ini, pakaian formal mungkin akan mengalami ketertinggalan.

Setiap hal yang diposting di media sosial dapat dilihat dan didiskusikan oleh orang lain. Terutama, hal ini melibatkan figur publik seperti artis, *influencer*, penyanyi, dan individu terkenal lainnya. Hal ini dapat mengakibatkan adanya perubahan pada gaya busana di masyarakat terutama dikalangan remaja. Ini menciptakan fenomena menarik yang dikenal sebagai “perilaku imitasi *fashion*”, di mana remaja cenderung meniru penampilan selebriti atau idolanya dari media sosial Tiktok dan Instagram.

Imitasi adalah proses seseorang belajar meniru orang lain dalam melakukan sesuatu. Misalnya sikap, tingkah laku, penampilan, maupun aktivitas kelompok yang ditiru sehari-hari. Proses peniruan dapat dilakukan terhadap semua orang. Namun, khusus dilakukan terhadap tokoh-tokoh tertentu, seperti orang terkenal, orang yang berkarakter kuat, orang sukses, atau orang yang rukun dengan orang lain.

Saat ini, orang dapat dengan mudah meniru satu sama lain, meskipun mereka bukan remaja. Remaja saat ini banyak terpengaruh oleh pilihan gaya hidup *public figure*, seperti para *influencer*, selebgram, selebtwit, pejabat, dan selebriti. Peniruan juga terjadi karena pengaruh budaya asing, seperti *Korean wave* yang sedang marak saat ini.

Remaja di era saat ini disebut dengan remaja generasi digital karena generasi ini sudah mengenal dunia internet. Di zaman serba canggih ini, remaja banyak terpapar aktivitas media sosial. Remaja tidak hanya mengkonsumsi konten,

tetapi juga terlibat didalamnya. Konten unggulan berasal dari *influencer* atau seringkali tokoh publik terkenal. Orang-orang yang mengikuti selebriti di media sosial biasanya disuguhkan konten gaya hidup seperti kecantikan, *fashion*, makanan dan minuman, serta olahraga. Setiap orang yang digunakan masyarakat, khususnya generasi sekarang, secara implisit mengikuti gaya hidup dan menjadi norma sosial.

Imitasi sebenarnya hal yang wajar terjadi di kalangan remaja. Keinginan remaja untuk memiliki *fashion* yang modern menjadi salah satu penyebabnya. Remaja berusaha untuk memiliki barang yang disukai oleh banyak orang dan akan meluangkan waktunya untuk mencari barang yang sedang tren. Mereka juga akan mengupayakan banyak cara agar dapat menjadi sebuah *trend center*.

Remaja konsisten mengikuti setiap cerita yang disuguhkan para selebritis di media sosial. Hal ini membuat remaja lebih mungkin mengalami masalah sosial seperti konsumerisme, hedonisme, dan belanja kompulsif. Dampak lain yang terjadi antara lain remaja yang lebih akurat mementingkan perspektif masyarakat dibandingkan kebutuhan. Hal ini membuat konsep diri seorang remaja kembali menjadi samar. Saat ini banyak sekali dijual produk-produk *branded* atau berkualitas tinggi yang disebut sebagai barang “*influencer*” di media sosial. Informasi tersebut diterima oleh para remaja secara mentah-mentah. Konten yang paling populer meliputi tarian, *pranks*, *fashion*, pelajaran kehidupan sehari-hari, dan percintaan.

Remaja di Desa Burujuljaya, sebagian besar sudah mempunyai media sosial. Bahkan anak yang masih SD sudah diberikan *gadget* dan membuat akun media sosial. Ketika remaja membuat akun Tiktok dan Instagram, para remaja akan mengikuti akun orang yang mereka sukai atau bisa dikatakan dengan “Idola” dan mengikuti akun orang-orang terkenal, *public figure influencer*, bahkan pejabat dan lain sebagainya. Ketika remaja di Desa Burujuljaya akan membeli sebuah barang, seperti baju, tas, sepatu dan lainnya. Remaja akan mengirimkan sebuah foto dan bilang “ingin barang seperti itu”, dari situlah penulis menyadari bahwa para remaja telah melakukan perilaku imitasi *fashion* terhadap idola ataupun orang-orang terkenal lainnya.

Karena rata-rata para pengguna media sosial Tiktok ini ialah remaja hal itulah yang menyebabkan setiap trend fashion yang ada di Tiktok menjadi ajang peniruan oleh remaja tersebut dikarenakan mental penggunanya yang rata-rata remaja yang berusia di bawah 21 tahun, peniruan tersebut terjadi karena belum stabilnya dari segi pendirian maupun pemikiran para penggunanya. Oleh karena itu semenjak adanya konten *fashion* ini banyak sekali orang yang meniru gaya *fashion* yang ada pada video konten tersebut, sehingga dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk mengetahui apa tujuan remaja mengikuti *fashion* yang ada di media sosial.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang. Dengan demikian, perlu dilakukan semacam identifikasi agar masalah yang diteliti dapat lebih fokus, tepat, sistematis, dan komprehensif. Identifikasi masalah penelitian ini, sebagai berikut:

1. Media sosial membuat remaja melakukan imitasi *fashion*.
2. Remaja belum stabil dari segi pendirian maupun pemikiran menyebabkan terjadinya perilaku imitasi *fashion*.
3. Perilaku imitasi *Fashion* dihasilkan dari perkembangan media sosial Tiktok.
4. Fashion menjadi gaya hidup dari perkembangan budaya yang mampu berubah dengan cepat seiring berjalannya waktu
5. Perilaku imitasi *fashion* yang dilakukan memberikan dampak kepada remaja yang melakukan.
6. Remaja cenderung konsumtif karena memiliki rasa keharusan untuk mengikuti fashion di media sosial Tiktok.

## 1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk dari perilaku imitasi *fashion* yang dilakukan remaja dari Tiktok?

2. Bagaimana dampak perilaku imitasi *fashion* di kalangan remaja dari media sosial Tiktok dan Instagram?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk perilaku imitasi *fashion* yang dilakukan remaja dari media sosial Tiktok.
2. Untuk mengetahui dampak dari perilaku imitasi *fashion* dikalangan remaja dari media sosial Tiktok dan Instagram.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang lebih besar dalam penggunaan teknologi di bidang komunikasi dan meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan Manfaatnya agar mengetahui mengenai bagaimana perilaku-perilaku imitasi *fashion* para remaja dari adanya penggunaan media sosial tiktok.

2. Manfaat Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara akademis, yaitu memberikan informasi atau bahan perbandingan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya

3. Manfaat Secara Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur dan meningkatkan pemahaman teoretis mengenai perilaku imitasi yang diakibatkan oleh terpaan media sosial

4. Manfaat Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menjadi alat untuk meningkatkan pengetahuan dan meningkatkan wawasan, penyusun dapat mengetahui dan memahami bagaimana dampak media sosial Tiktok dan Instagram terhadap perilaku imitasi *fashion* dikalangan remaja serta hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 1.6 Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran adalah jalan pikiran si peneliti yang berkaitan dengan proses penelitian atau kerangka teoretis yang menjadi landasan untuk melakukan penelitian (Jamaludin, 2022). Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran dimulai dari media sosial berujung pada perilaku imitasi.

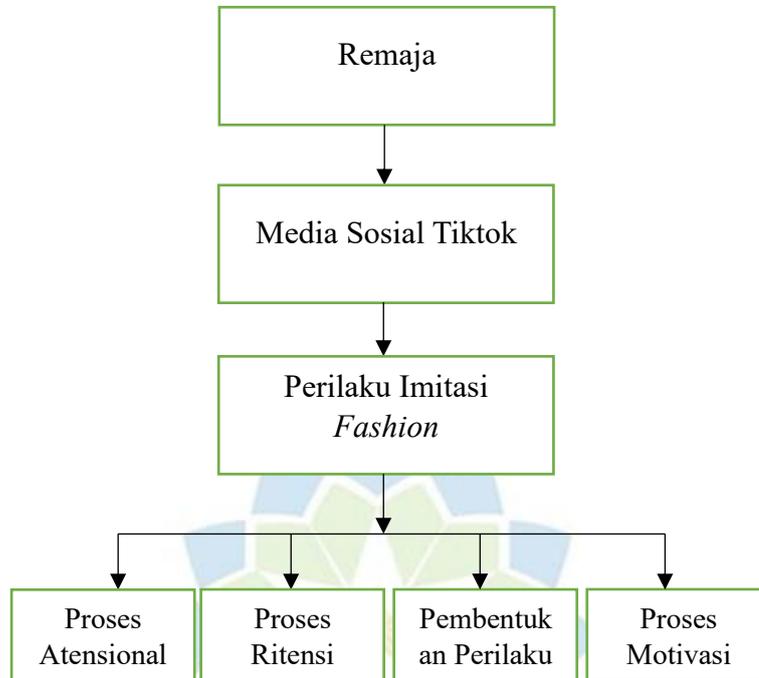
Media sosial marak digunakan oleh masyarakat karena memudahkan dalam berkomunikasi, mencari informasi, mencari inspirasi dan lain sebagainya. Banyaknya jenis media sosial yang mempunyai fungsi bermacam-macam, dan juga membuat candu masyarakat apalagi remaja. Media sosial juga menjadi alat untuk menciptakan atau mengkonstruksi suatu realitas dalam pikiran. Hal ini tentu berdampak pada kehidupan remaja.

Para remaja memusatkan sumber *fashion*-nya dari media sosial, seperti dari instagram dan tiktok. Remaja melihat selebriti, selebgram atau *influencer* yang mempunyai *fashion* mewah, maka ada kemungkinan remaja akan meniru gaya busana tersebut. Dan juga remaja melihat idola mereka yang memakai *fashion* apapun akan mereka ikuti sebagai bentuk rasa suka terhadap idolanya tersebut. Perilaku inilah yang disebut dengan perilaku imitasi *fashion*. Saat ini, remaja identik dengan gawai yang digunakan hampir setiap jam. Salah satunya disebabkan karena media sosial memiliki ketertarikan yang melekat terhadap penggunaannya dan memberikan kemudahan dalam penggunaannya. Sehingga, membuat remaja nyaman untuk menggunakannya.

Imitasi adalah proses interaksi sosial yang dilakukan seseorang dengan lingkungannya. Proses ini dimulai dari siapa yang dipilih selanjutnya. Meniru seseorang mempunyai konsekuensi bagi yang ditiru ketika melihat model atau gaya hidup. Peniruan terhadap *fashion* menyebabkan remaja membeli barang tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut dibutuhkan atau tidak. Pada akhirnya menyebabkan timbulnya sikap konsumerisme dan gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis ditandai dengan pengejaran kesenangan hidup secara aktif. Seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, bermain *game*, membeli barang-barang mahal dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Teori Belajar Sosial dari Albert Bandura. Menurut Teori Belajar Sosial (Bandura, 1977), individu belajar tidak melalui pengkondisian, tetapi melalui pengamatan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, imitasi fashion akan dianalisis berdasarkan Teori Belajar Sosial. Berdasarkan teori ini, terdapat dua dimensi yang dilalui remaja, yakni proses atensional, proses ritensi, pembentukan perilaku dan proses motivasional.

Imitasi *fashion* yang dilakukan remaja mempunyai sebab, hal ini diketahui bahwa remaja melakukan peniruan ini dengan tujuan untuk mendapatkan pengakuan di lingkungan sosial. Remaja sekarang dikenal sebagai generasi bebas dan terkoneksi, jadi mencapai status dan pengakuan di lingkungan sosial adalah yang paling penting. Remaja juga percaya bahwa memakai pakaian atau produk kecantikan dari *public figure* meningkatkan kepercayaan diri. Produk yang digunakannya biasanya adalah produk mahal atau bermerek.



**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**