

INSTAGRAM @JENSETTERS.HOME DALAM MEMPENGARUHI PREFERENSI FASHION MODE

INSTAGRAM @JENSETTERS.HOME IN INFLUENCING FASHION MODE PREFERENCE

¹⁾Firda Nurfajriah Putri, ²⁾Zainal Abidin, ³⁾Tri Widya Budhiharti
^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. H.S Ronggowaluyo Kel. Puseurjaya Kec. Telukjambe Timur Kab. Karawang

*Email: 2010631190053@student.unsika.ac.id, zainal.abidin@fisip.unsika.ac.id, tri.widya@fisip.unsika.ac.id

ABSTRAK

Kemajuan teknologi serta dampak globalisasi memudahkan setiap negara untuk meyebarkan budayanya ke penjuru dunia, salah satunya melalui sosial media dan seseorang yang terkenal di negaranya. Penelitian ini membahas tentang unggahan Instagram @jensettters.home dalam mempengaruhi fashion mode pengikutnya. Teori yang digunakan adalah teori *uses and effect*. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan survei eksplanatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh “Intensitas”, “Isi Pesan”, dan “Daya Tarik” terhadap preferensi fashion mode pengikutnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Intensitas (X_1) terhadap variabel Y sebesar 17,25%, pengaruh Isi Pesan (X_2) terhadap variabel Y sebesar 5,5%, dan pengaruh Daya Tarik (X_3) terhadap variabel Y sebesar 9,3%. Hal ini sesuai dengan asumsi dari teori *uses and effect* bahwa penggunaan media menghasilkan efek bagi penggunaannya.

Kata Kunci: Instagram, *uses and effect*, preferensi fashion mode

A. PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa serta memperkenalkan budaya dan nilai-nilai kehidupan yang memengaruhi gaya hidup masyarakat. Melalui media yang semakin terbuka, kini masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi mengenai budaya-budaya baru dari seluruh dunia. Globalisasi budaya merupakan proses penyebaran nilai-nilai kebudayaan ke seluruh dunia untuk memperkuat hubungan sosial budaya antar negara, sehingga fenomena ini dapat disebut sebagai budaya dunia (*World Culture*) (Fitriyadi and Alam 2020). Teknologi informasi dan komunikasi serta dampak globalisasi berhasil menciptakan elemen penting dalam mendukung perkembangan ini, yang kini dikenal sebagai media. Dengan adanya media sebagai hasil dari kemajuan teknologi, secara otomatis juga mempengaruhi pertumbuhan media sosial di Masyarakat.

Media sosial mendorong semua orang untuk ikut berpartisipasi, menyuarakan pendapat mereka secara bebas, memberikan inspirasi, adanya umpan balik, dan memungkinkan pertukaran informasi yang cepat serta tanpa batas (Ferlitasari, Suhandi, and Rosana 2020). Instagram menjadi salah satu media sosial yang kini tengah populer di kalangan Masyarakat. Bahkan menurut data dari *NapoleonCat* pengguna Instagram di Indonesia sudah mencapai 88.861.000 pengguna per Februari 2024. Hal ini dikarenakan kepopuleran Instagram yang tidak terlepas dari fitur inovatif serta konten menarik yang diunggah oleh penggunaannya. Tak heran jika adanya umpan balik, di mana pengguna dapat mempengaruhi pola pikir pengguna lain untuk mengikuti akun mereka, bahkan hingga ada yang saling meniru dalam arti dijadikan inspirasi (Monanda, 2017).

Dalam menggunakan Instagram, tentunya setiap pengguna akan menentukan sendiri akun siapa saja yang akan mereka ikuti untuk sekedar hiburan ataupun dijadikan inspirasi yang sesuai dengan preferensi mereka. Preferensi sendiri merupakan kebebasan seseorang dalam memilih sesuatu yang sesuai dengan keinginan mereka (Simamora, 2003). Setiap orang pastinya bebas mengatur sepenuhnya dalam memilih hal-hal yang sesuai dengan kebutuhan hidup mereka. Hal ini

juga mencakup bagaimana mereka mengelola berbagai aspek seperti *life style* maupun penampilan mereka yang sesuai dengan *style* atau mode terkini.

Berbicara tentang kekinian, tentunya banyak sekali *style*, *tren*, dan budaya yang sedang berkembang di Masyarakat. Salah satu diantaranya adalah budaya Korea atau *Korean Wave* yang merupakan istilah untuk menggambarkan penyebaran fenomena budaya pop Korea, meliputi *k-drama* dan *k-pop* yang tersebar ke seluruh dunia (Abidin 2019). Tentunya sangat beragam aspek yang disebarkan dari *k-drama* dan *k-pop* ini, seperti makanan, musik hingga *fashion mode* mereka. Ciri khas *fashion mode* Korea ini menarik banyak perhatian, karena unik dan tentunya sesuai dengan *tren* masa kini. Selain itu juga karena digunakan oleh selebriti Korea, seperti aktor, aktris, dan idol. Sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa fenomena budaya populer Korea Selatan kini masih menjadi budaya populer yang banyak diminati oleh Masyarakat dunia (Abidin 2024)

K-pop merupakan salah satu bagian dari budaya populer Korea yang banyak diminati Masyarakat global. Di Indonesia sendiri, penyebaran *k-pop* mulai dirasakan sejak tahun 2009-2010, yang diawali dengan kedatangan *boy group* SHINee pada 2010 kemudian *boy group* Super Junior pada 2011 dan *girl group* Girl Generation pada 2011 (Anwar dalam (Eva Dinar, Abidin, and Rifai 2022) Kemudian, semakin banyak *goy group* dan *girl group* lain yang muncul dan terkenal di Indonesia, salah satunya ada *girl group* BLACKPINK naungan YG Entertainment yang debut pada 8 Agustus 2016 beranggotakan 4 member yaitu Jisoo, Jennie, Rose, dan Lisa.

Tak hanya terkenal karena *visual* dan lagu-lagu yang bagus, tetapi *fashion* mereka juga menarik perhatian banyak orang, karena gaya penampilan mereka yang unik, mewah, dan tentunya *eye catching*. Jika ingin menemukan *fashion mode* mereka, Instagram menjadi *platform* yang sangat tepat. Sebab melalui akun pribadi maupun akun *fanbase* mereka, kita dapat melihat setiap unggahan foto dan video yang menampilkan aktivitas serta *fashion mode* mereka. Sering kali unggahan yang menampilkan gaya pakaian, *makeup*, hingga gaya hidupnya dijadikan sebagai inspirasi dalam berfashion. Hal ini terbukti dengan banyaknya orang yang mengunggah foto atau video *fashion mode* mereka yang terinspirasi dari artis Korea.

Dari keempat anggota BLACKPINK ini, salah satu yang sering dikaitkan dengan dunia *fashion* adalah Jennie Kim atau Jennie BLACKPINK. Bahkan Jennie juga disebut sebagai *trendsetter* masa kini oleh majalah Vogue Korea (Chart 2019). Hal ini dikarenakan *fashion mode* Jennie yang kerap kali menjadi *tren*, seperti pakaian, *makeup*, aksesoris, bahkan gaya rambutnya. Dibalik *tren* Jennie ini ada penggemarnya yang disebut dengan istilah 'Jensettters', yang selalu mendukung Jennie. Salah satunya adalah dengan membuat akun *fandom* Jennie di Instagram yang digunakan untuk mengunggah berbagai informasi apapun tentang Jennie, termasuk *fashion modenya*. Dari sekian banyak akun *fandom* Jennie, Instagram @jensettters.home merupakan akun *fandom* aktif yang hampir setiap hari *update* tentang informasi Jennie. Akun dengan jumlah pengikut sudah lebih dari 23.900 ini mengunggah informasi Jennie berupa *fashion life style*, dan pencapaian Jennie dalam berkarir.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, terdapat rumusan masalah pada penelitian ini yaitu "Seberapa besar pengaruh Instagram @jensettters.home terhadap preferensi *fashion mode* pengikutnya?" dengan tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh "Intensitas", "Isi Pesan", dan "Daya Tarik" terhadap preferensi *fashion mode* pengikutnya.

B. LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Effect* yang pertama kali dikembangkan oleh Sven Windahl pada tahun 1979. Menurut Bungin dalam (Alfirahmi 2019) menjelaskan bahwa teori ini berasumsi tentang bagaimana penggunaan media yang didasari atas kebutuhan untuk kepuasan individu menghasilkan efek terhadap individu itu sendiri dari penggunaan media tersebut. Jika pada teori *uses and gratifications* menekankan terhadap penggunaan sebuah media yang ditentukan oleh kebutuhan seseorang, berbeda dengan teori *uses and effect* yang lebih menekankan jika kebutuhan individu hanya salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media.

Selain itu, teori *uses and effect* juga menjelaskan bahwa penggunaan media massa dapat meningkatkan wawasan dalam memahami suatu informasi yang diperoleh dari media tersebut, serta

dapat mempengaruhi sikap dan menyebabkan adanya perubahan perilaku pada individu (Bungin 2006). Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka teori ini menekankan pada penggunaan media sosial Instagram, apakah dari penggunaan Instagram ini efektif dan dapat menimbulkan efek bagi penggunanya.

C.METODE

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan paradigma positivistik. Penelitian kuantitatif dianggap menjadi penelitian positivistik sebab berlandaskan filsafat positivisme (Sumarni 2021). Filsafat positivism pada dasarnya merupakan sebuah realitas yang dapat dikelompokkan, bersifat konkrit, dapat diamati, terukur, relative stabil, dan masih melibatkan interaksi sebab-akibat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanasi (*eksplanatory survei*). Survei eksplanasi sendiri merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti dan pengaruh antar variabel tersebut (Sugiyono 2018). Pada penelitian ini, yang menjadi alasan penggunaan *eksplanatory survei* yaitu untuk menguji hipotesis yang diajukan, sehingga diharapkan dapat memperjelas hubungan serta pengaruh antara variabel independen dan dependen dari hipotesis.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel yang telah diambil sudah terdistribusi secara normal atau belum. Berikut merupakan hasil dari uji normalitas menggunakan *Test of Normality* Kolmogorov-Smirnov pada SPSS 27.

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,71071340	
Most Extreme Differences	Absolute	,086	
	Positive	,070	
	Negative	-,086	
Test Statistic		,086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,066	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,071	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,065
		Upper Bound	,078

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

Berdasarkan tabel uji normalitas di atas, telah diperoleh hasil yang dinyatakan dengan Asymo, Sig, (2-tailed) sebesar 0,066 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini sudah terdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana merupakan uji yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variable independent dnegan variable dependen. Berikut ini hasil uji regresi linier sederhana menggunakan SPSS 27.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,124	2,732		5,902	<,001
	Unggahan IG	,423	,065	,548	6,483	<,001

a. Dependent Variable: Preferensi FM

Dasar pengambilan keputusan dari hasil uji di atas dapat dijelaskan seperti berikut:

1. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat bukti yang cukup, sehingga variabel Instagram @jensettters.home berpengaruh terhadap preferensi *fashion mode followers*.
2. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa tidak terdapat bukti yang cukup, sehingga variabel Instagram @jensettters.home tidak berpengaruh terhadap preferensi *fashion mode followers*.

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% ($\alpha = 0,01$) dan nilai t tabel dihitung menggunakan rumus ($t \text{ tabel} = \alpha/2 : n-k-1$) yang menghasilkan nilai t tabel sebesar 1,660. Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil bahwa t hitung $6.483 > 1.660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (Instagram @jensettters.home) terhadap variabel dependen (preferensi *fashion mode*).

Uji Parsial (T)

Uji T digunakan untuk menguji kebenaran sebuah hipotesis terhadap suatu populasi. Berikut merupakan hasil Uji T menggunakan SPSS 27.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,958	2,721		5,864	<,001
	Intensitas	,657	,152	,376	4,308	<,001
	Isi Pesan	,289	,151	,170	1,912	,059
	Daya Tarik	,362	,121	,260	2,988	,004

a. Dependent Variable: Preferensi Fashion Mode

Dasar pengambilan keputusan dari uji di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.
2. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya menunjukkan bahwa variabel X tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% ($\alpha = 0,01$) dan nilai t tabel dihitung menggunakan rumus ($t \text{ tabel} = \alpha/2 : n-k-1$) yang menghasilkan nilai t tabel sebesar 1,660.

Berdasarkan tabel analisis di atas mendapatkan hasil untuk XI (Intensitas) didapatkan nilai t hitung sebesar $4,308 > t \text{ tabel } 1,660$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel Isi Pesan berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi *fashion mode*. Pada X2 (Isi Pesan) didapatkan nilai t hitung sebesar $1,912 > t \text{ tabel } 1,660$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel Isi Pesan berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi *fashion mode*. Terakhir pada X3 (Daya Tarik) didapatkan nilai t hitung sebesar $2,988 > t \text{ tabel } 1,660$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel Isi Pesan berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi *fashion mode*.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa besar pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi menggunakan SPSS 27.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,566 ^a	,321	,299	1,712

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik, Intensitas, Isi Pesan

Berdasarkan output di atas, didapatkan nilai korelasi (R) sebesar 0,566 dan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,321. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel X (Instagram @jensettters.home) terhadap variabel Y (preferensi *fashion mode*) adalah sebesar 32,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

Uji Koefisien Determinasi Parsial (r²)

Setelah melakukan uji koefisien determinasi, perlu juga diketahui seberapa besar pengaruh dari setiap sub variabel X yakni Intensitas, Isi Pesan, dan Daya Tarik, maka dilakukanlah uji koefisien determinasi parsial menggunakan rumus $KDp = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi parsial menggunakan SPSS 27.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	15,958	2,721		5,864	<,001			
	Intensitas	,657	,152	,376	4,308	<,001	,459	,403	,362
	Isi Pesan	,289	,151	,170	1,912	,059	,324	,191	,161
	Daya Tarik	,362	,121	,260	2,988	,004	,358	,292	,251

a. Dependent Variable: Preferensi Fashion Mode

Dari hasil perhitungan, telah didapatkan hasil dari setiap sub variabel, yaitu pengaruh Intensitas (X₁) terhadap variabel Y sebesar 17,25%, Isi Pesan (X₂) terhadap variabel Y sebesar 5,5%, Daya Tarik (X₃) terhadap variabel Y sebesar 9,3%.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Intensitas (X₁) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y “Preferensi *Fashion Mode*” dikarenakan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, yang artinya H₀ ditolak dan H_a diterima.
2. Variabel Isi Pesan (X₂) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y “Preferensi *Fashion Mode*” dikarenakan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, yang artinya H₀ ditolak dan H_a diterima.
3. Variabel Daya Tarik (X₃) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y “Preferensi *Fashion Mode*” dikarenakan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, yang artinya H₀ ditolak dan H_a diterima.

F. DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Zainal. 2019. “Hubungan Antara Tayangan K-Drama Di Televisi Dengan Perilaku Pada Anak Remaja Dalam Mengimitasi Korean Fashion Article Information.” *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13(1). doi: 10.24090/komunika.v13.i1.2075.

Abidin, Zainal. 2024. *Budaya Populer Korea Selatan: Nation Branding Melalui K-Drama, K-Movie Dan K-Pop*. Solok, Sumatera Barat: Mafy Media Literasi Indonesia.

Alfirahmi. 2019. “Fenomena Kekinian Di Era 4.0 Ditinjau Dari Marketing 4.0 Dan Teori Uses and Effect.” *Jurnal Lugas* 24(1):24–32.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

- Chart, Kpop. 2019. "Majalah Vogue Sebut Jennie Dan Hyuna Sebagai Trendsetter Fashion Saat Ini." Retrieved May 9, 2024 (<https://www.kpopchart.net/fashion/pr-9166292169/majalah-vogue-sebut-jennie-dan-hyuna-sebagai-trendsetter-fashion-saat-ini>).
- Eva Dinar, Risma, Zainal Abidin, and Maulana Rifai. 2022. "Jurnal Politikom Indonesia: Fan Culture Dan Perkembangan Kreativitas Remaja Kpopers." *Ilmu Politik Dan Ilmu Komunikasi* 7(1):113–29.
- Ferlitasari, Reni, Suhandi, and Ellya Rosana. 2020. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja." *Jurnal Sosiologi Agama* 01:1–18.
- Fitriyadi, Ilham, and Gilang Alam. 2020. "Globalisasi Budaya Populer Indonesia (Musik Dangdut) Di Kawasan Asia Tenggara." *Padjadjaran Journal of International Relations* 1(3):251.
- Monanda, Rizka. 2017. "Pengaruh Media Sosial Instagram @awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Followers Remaja." *JOM FISIP* 4(2).
- Sugiyono. 2018. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (26th Ed.)." *Alfabeta Bandung*.
- Sumarni, Tasem. 2021. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Generasi Z." Universitas Singaperbangsa Karawang , Karawang .

