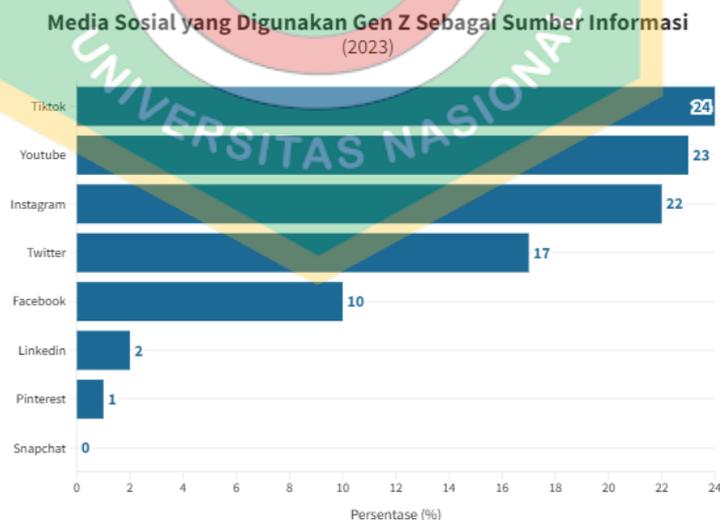


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi dan informasi pun semakin meningkat. Kehadiran teknologi dapat melahirkan sebuah perubahan dalam kehidupan manusia menjadi lebih baik dengan munculnya media sosial. Munculnya media sosial sangat membantu terjadinya hubungan antar individu menjadi lebih mudah yang dapat diakses kapan saja, dimana saja dan oleh siapa saja. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi jumlah pengguna media sosial yang semakin hari semakin bertambah dan terus meningkat. Sehingga mendukung adanya sebuah perubahan yang sangat besar dalam cara hidup masyarakat salah satunya adalah media sosial Tiktok. Menurut sumber Datareportal.com tahun 2023, Tiktok menjadi urutan keempat dari platform media sosial di Indonesia yang paling banyak digunakan. Tiktok sendiri bukan aplikasi yang baru saja diluncurkan, namun aplikasi ini sudah ada sejak beberapa waktu lalu. Aplikasi Tiktok ini sebuah wujud aplikasi yang menyediakan platform video berasal dari Tiongkok dan diluncurkan tepatnya pada September tahun 2016 oleh Zhang Yiming (Koran Tempo, 2023).



Gambar 1.1 : Data Pengguna Media Sosial pada Generasi Z

Sumber : Jakpat

Di Indonesia, tiktok merupakan salah satu aplikasi media sosial yang banyak digunakan kalangan anak muda terutama generasi Z untuk mencari sumber informasi. Tiktok memiliki kemampuan untuk memicu tren dengan cepat karena mudahnya konten tersebar yang memunculkan tren populer di kalangan generasi Z yaitu tren *skena*. Belakangan ini, kata *skena* sering dijumpai di media sosial dengan julukan anak *skena*. Banyak yang membuat konten mengenai kata *skena*, sehingga kata ini menjadi populer di media sosial dan kehidupan langsung generasi Z. beberapa orang menjadi tertarik berkomentar mengenai istilah tersebut, namun tidak sedikit orang yang mempertanyakan apa itu *skena*.

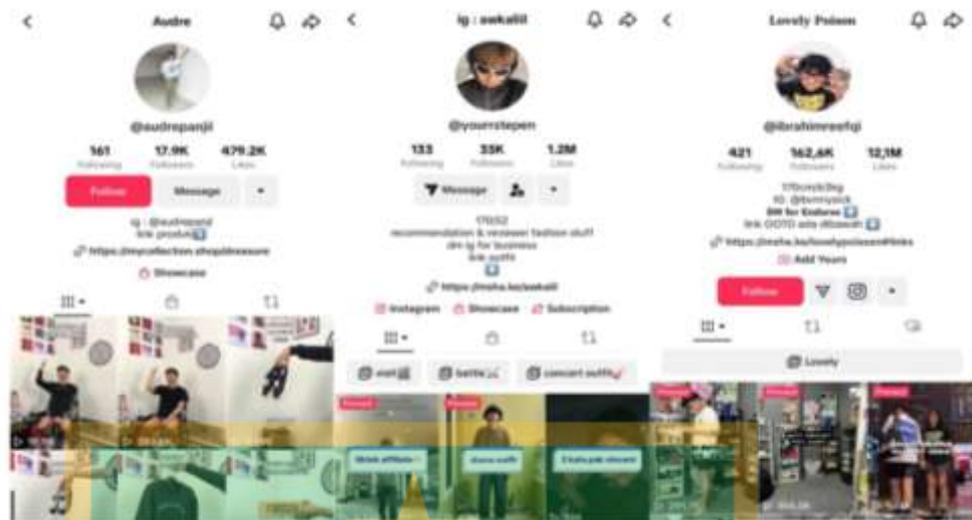
Menurut Kompas.com ahli bahasa yang juga seorang Kepala Balai Bahasa Sulawesi Selatan ganjar Harimansyah, mengungkapkan *skena* merupakan singkatan dari tiga kata yaitu sua, cengkrama dan kelana. Sua yang artinya bertemu atau berkumpul (Sanjaya & Hardiyanto, 2023). Cengkerama artinya interaksi, ngobrol-ngobrol sambil bersenda gurau. Sedangkan kelana artinya melakukan perjalanan tanpa tujuan tertentu. Dalam masyarakat, *skena* diartikan sebagai sekumpulan orang yang memiliki selera atau kesamaan yang sama, seperti kesukaan aliran musik yang sama hingga selalu berkumpul bersama, ngobrol-ngobrol dan berkelana dalam konser-konser musik band yang mereka gemari. Sebelumnya, tiga kata itu terdengar kurang populer di kalangan generasi Z, berkat singkatan *skena* yang memudahkan dalam penyebutan atau lebih gaul disebutkan, kata-kata itu menjadi hidup kembali saat ini.

Fenomena *skena* ini bukanlah sesuatu yang buruk. Meskipun kontroversial, *skena* merupakan kelompok kolektif yang dapat memperluas pengetahuan tentang dunia musik dan menciptakan ruang bagi orang-orang dengan minat musik yang sama untuk berbagi dan berkembang bersama melalui musik. Namun, belakangan ini opini publik tentang *skena* semakin meluas, yang menyebabkan *skena* dipandang negatif oleh sebagian orang.

Skena sering dianggap sebagai sekelompok penggemar musik yang sibuk mengkritik di kalangan penikmat musik lainnya, sehingga memunculkan pandangan negatif terhadap *skena*.

Menurut laman (PramborsFM, 2023), beberapa tahun terakhir, musik indie dianggap lebih keren dibandingkan dengan selera musik pada umumnya. Hal ini memicu diskusi di media sosial yang memuja musik indie, sementara musik populer dianggap biasa saja atau kurang keren oleh mereka yang bukan penikmatnya. Orang-orang yang merasa "paling paham" tentang musik ini sering disebut "polisi *skena*," karena mereka cenderung mengawasi percakapan tentang musik di media sosial dan mengoreksi ketika musik yang dibicarakan tidak sesuai dengan standar mereka. Tidak masalah bagi penikmat musik untuk mengkritik musik berdasarkan pendapat pribadi, asalkan tidak merendahkan atau menjatuhkan orang lain hanya karena berbeda selera. Setiap orang bebas memilih genre musik dan *skena* yang mereka sukai tanpa perlu saling menjatuhkan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa *skena* memiliki dampak signifikan di dunia media sosial. *Skena* dapat mempengaruhi perilaku dan kebiasaan pengguna, serta menciptakan tren yang cepat menyebar di seluruh dunia. Di media sosial seperti TikTok, istilah *skena* juga berkaitan dengan gaya berpakaian yang khas dan preferensi genre musik tertentu. Istilah ini menjadi salah satu tren yang populer di kalangan anak muda, terutama generasi Z. Berkembangnya gaya berpakaian *skena* tidak terlepas dari peran *influencer* atau konten kreator yang saat ini semakin banyak di media sosial sehingga menghasilkan tren gaya berpakaian di masyarakat. Di aplikasi TikTok ini banyak konten-konten terkait cara menjadi anak *skena* dan rekomendasi *outfit skena*. Kebanyakan konten yang dibuat berisikan gaya berpakaian *skena* yang membuat penonton melabelkan bahwa pakaian yang direkomendasikan atau dipakai konten kreator itu merupakan *outfit skena*.



Gambar 1. 2 Perbedaan Followers dari @Ibrahimreefqi

Sumber : Tiktok @Yudrepanjii, @Yourrstepen, & @Ibrahimreefqi

Beberapa akun-akun Tiktok yang *memposting* berkaitan dengan *outfit skena* yaitu @kacangotr, @audrepanjii, @yourrstepen, @syahrulg__, dan masih banyak lagi. Namun, akun yang paling banyak diminati adalah @Ibrahimreefqi. Ini terlihat dari jumlah *followers* dari akun Tiktok @Ibrahimreefqi telah mencapai 162 ribu *followers* dengan jumlah *likes* 12 juta dari semua *posting-an* video yang di *uploadnya*. Akun ini memiliki jumlah *followers* dan *likes* tertinggi dibandingkan dengan akun Tiktok lainnya karena unggahan video mengenai *outfit skena* yang mempengaruhi *followers*-nya dalam mencari informasi terkait *outfit skena*. Akun Tiktok @Ibrahimreefqi dapat mempengaruhi khalayak untuk mengakui dan mempercayai akun tersebut, sehingga menimbulkan efek yang terjadi setelah menonton konten.



Gambar 1. 3 Outfit Skena @Ibrahimreefqi

Sumber : Tiktok @Ibrahimreefqi

Dalam *posting-an* akun Tiktok @Ibrahimreefqi terdapat berbagai macam referensi gaya berpakaian *skena* dengan memadukan pakaian dari berbagai macam *brand-brand* lokal, *spill outfit skena* yang digunakan, dan *outfit* menjadi anak *skena*. *Style outfit skena* terlihat related sekali dengan gaya anak zaman sekarang. *Outfit* ini identik dengan sepatu docmart atau *sneakers*, kaos band, kaos oversize, celana pendek. Selain itu, biasanya menggunakan kaos band metal yang digabung dengan celana celana cargo, baggy, atau celana agak gombong yang dilipat dikit di bagian bawah. Biasanya *outfit* ini memiliki paduan yang kadang terlihat nabrak namun bagus dilihat oleh mata kita. Gaya berpakaian *skena* yang menjadi sumber inspirasi bagi generasi muda untuk mengekspresikan diri mereka melalui *fashion*.

Mengutip dari laman Mahasiswa.co.id (Gianna, 2023), berpakaian *skena* seperti inilah yang kemudian menjadi viral di media sosial menimbulkan fenomena membuat banyak orang merasa terdorong untuk meniru gaya berpakaian tersebut, akibatnya mereka juga ikut membeli pakaian serupa untuk mencoba tampil dengan gaya yang sama. Tren Tiktok *skena* seringkali menjadi panggung bagi tantangan berpakaian, dimana pengguna diminta untuk meniru atau menciptakan tampilan serupa dengan

gaya berpakaian *skena* tersebut. Generasi Z mengadopsi gaya berpakaian yang mencolok, dengan kombinasi warna yang berani, pola yang unik, dan aksesoris yang tidak biasa mencirikan gaya *skena*. Kesukaan dengan musik yang digemari juga mempengaruhi gaya berpakaian *skena*. Generasi Z dapat meniru tampilan pakaian yang tersinspirasi dari musik atau artis yang digemari. Selain itu, generasi Z juga meniru *influencer* atau konten kreator yang menjadi inspirasi untuk merubah penampilan mereka dengan cara mengikuti atau meniru *outfit skena*. Pemilihan pakaian, sepatu serta aksesoris lainnya menjadikan aspek yang seringkali ditiru oleh generasi Z. Hal ini disebabkan karena ketertarikan mereka terhadap apa yang telah dilihat, sehingga memberikan inspirasi untuk mereka dalam gaya berpakaian *skena*. Dalam era yang semakin terhubung secara digital, gaya berpakaian menjadi salah satu cara utama bagi generasi muda untuk mengekspresikan identitas mereka dan mendapatkan pengakuan dari sesama.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dan membahas mengenai peniruan dalam gaya berpakaian *skena* oleh generasi Z dengan menggunakan media sosial Tiktok. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat judul **“GAYA BERPAKAIAN ‘SKENA’ DALAM TIKTOK @IBRAHIMREEFQI DAN PENIRUAN OLEH GENERASI Z”** (Studi pada *followers* Tiktok @Ibrahimreefqi)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka dari itu dapat disampaikan rumusan permasalahan yang akan diangkat adalah Bagaimana bentuk peniruan gaya berpakaian “*Skena*” oleh generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka dari itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan membahas mengenai bentuk peniruan gaya berpakaian “*Skena*” oleh generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan kajian dan pengembangan dalam ilmu komunikasi pada umumnya, khususnya dalam bidang Jurnalistik tentang sudut pandang baru mengenai dampak dari media komunikasi massa.
- Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan rujukan dengan penelitian-penelitian sejenisnya dan sebagai bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai acuan bagi pemilik akun @Ibrahimreefqi untuk lebih semangat dalam membuat konten-konten rekomendasi *outfit* dan selalu mengikuti perkembangan tren terbaru di media sosial.
- Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi generasi Z untuk lebih bijak dalam mengikuti perkembangan tren berpakaian yang sesuai dengan diri sendiri tidak usah memaksakan untuk mengikuti tren tersebut.
- Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak terkait terutama pemilik *brand* lokal yang dijadikan sebagai acuan untuk memproduksi pakaian atau barang yang sesuai dengan tren yang sedang terjadi.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menyajikan gambaran mengenai materi penelitian ini. Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai kerangka teori, tinjauan pustaka yang ditulis dengan tujuan agar dapat pemahaman dasar mengenai konsep-konsep, teori-teori dan juga terdapat kajian penelitian terdahulu yang dijadikan pedoman dari penulisan penelitian ini, serta ada kerangka pemikiran penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai paradigma, metode penelitian, teknik pengumpulan data, informan penelitian, teknik keabsahan, serta teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Terdiri dari pembahasan dari analisis data yang telah diperoleh, kemudia dikaitkan dengan teori yang digunakan penulis untuk menemukan jawaban dari penelitian yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan bagian akhir atau penutup dari sebuah penelitian yang telah dilaksanakan. Berisikan kesimpulan dari penemuan hasil proses analisis data yang diuraikan dan diteliti oleh penulis pada bab-bab sebelumnya, kesimpulan serta saran membangun, beserta lampiran-lampiran dari proses berjalannya penelitian.