# BAB II

# MEDIA INTERNET DAN *FASHION*

## A. Sejarah dan Perkembangan Internet

Seiring berlalunya waktu yang selalu memberikan perubahan dari zaman ke zaman membuat alam beserta isinya mengalami pembaruan era yang berbeda pada sebelumnya yang jelas lebih modern di zaman milenium ini. Perubahan yang terjadi setiap kalanya tak hanya terjadi pada musim, cuaca, suhu udara yang berganti-ganti saja. Melainkan perubahan tersebut telah masuk pada semua aspek kehidupan manusia.

Dari sebuah perubahan inilah manusia berupaya untuk dapat mengimbangi setiap perubahan yang ada. Dengan mulai beradaptasi pada setiap adanya perubahan zaman yang semakin berkembang dengan pesatnya. Upaya yang dilakukan merupakan inisiatif pengimbangan agar manusia dapat tumbuh berkembang mengikuti segala perubahan yang ada.

Setiap perubahan yang semakin modern ini memberikan banyak efek terhadap masyarakat. Baik dampak positif maupun negatif jika tidak dapat mengolah dan menjadikan setiap perubahan yang ada itu menjadi sesuatu yang berguna. Seperti halnya perubahan pada teknologi yang terus semakin canggih dan modern. Di antaranya adalah internet yang telah berkembang menjadi sebuah jendela manusia. Dan sebagai makhluk sosial yang mengkonsumsi segala adanya perkembangan di dunia ini tentu haruslah benar-benar bisa menjadikan internet



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut sebagai kebutuhan sosial yang positif sehingga tidak terjadi penyalahgunaan akan teknologi tersebut.

Kita hidup di tengah derasnya perkembangan sistem komunikasi. Internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam bidang kehidupan dan ekonomi. Di pihak lain perkembangan teknologi baru, termasuk telivisi digital menawarkan perubahan besar di bidang lain. Istilah media konvergen digunakan dalam arti bergabungnya layanan yang dahulu terpisah, termasuk internet, telivisi, kabel dan telepon. Salah satu faktor penyebab terjadinya medai konvergen adalah masalah teknis lebih banyak isi media dimasukkan dalam format digital dalam bentuk bit.[1]

Dari serangkaian teknologi baru yang memusingkan, internet muncul di pertengahan 1990-an sebagai medium massa baru yang amat kuat. Internet adalah singkatan dari kata *interconnected networking* yang berarti jaringan komputer di seluruh dunia Saling terhubung menggunakan sistem TCP atau IP (*Transmission Control Protocol* atau *Internet Protocol*).[2] Hampir semua orang di planet ini yang memiliki komputer bisa masuk ke jaringan. Dengan beberapa kali mengklik tombol *mouse* kita akan masuk ke dalam lautan informasi dan hiburan yang ada di seluruh dunia.

Internet menawarkan kepada pengguna untuk bisa berkeliling dunia tanpa harus beranjak dari tempat duduk di depan layar monitor. Seolah dunia internet

---

[1]Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi sejarah, metode, dan terapan di dalam media Massa* Terj. Sugeng Hariyanto (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 5.

[2]Meyla Yan Sari, "Sejarah dan Perkembangan Internet" www.academia.edu/*9579478*/sejarah-dan-perkembangan-internet/ (Selasa, 29 Maret 2016, 19.45)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tanpa batas, ruang, dan jarak. Lewat internet kita bisa banyak sekali mendapatkan informasi terbaru tentang berbagai hal. Bertemu lewat internet dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia, saling berbagi, saling berbincang, bertukar ide, bertukar pengetahuan, dan tentu akan banyak lagi manfaat internet yang bisa kita dapat.

Menurut Lani Sidarta (1996): "Walaupun secara fisik internet adalah interkoneksi antar jaringan komputer namun secara umum internet harus dipandang sebagai sumber daya informasi, dapat dibayangkan sebagai sesuatu database atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap". Bahkan internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya), karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada di internet seperti bisnis, hiburan, olah raga, politik dan lain sebagainya.[3]

Internet berasal dari jaringan komputer departemen pertahanan AS yang diciptakan pada tahun 1969 yang disebut ARPAnet (*Advanced Research Project Agency Network*).[4] Pentagon membangun jaringan untuk bertukar informasi dengan kontraktor militer dan universitas yang melakukan riset militer pada tahun 1983, National Science Foundation, yang diberi tugas mempromosikan sains mengambil alih proyek ini. Pada tahun 1996 internet telah tumbuh dengan lalu lintas data yang padat. Para teknisi jaringan universitas mendesain *backbone* berkecepatan tinggi untuk menghubungkan jaringan-jaringan riset. Jaringan ini

---

[3]Mark Slouka, *Ruang yang Hilang Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan* (Bandung: Mizan Anggota IKAPI, 1999), 39.

[4]Fitria Listie Suryani dan Ch. Heni Dwi Suwarti, "Instragram dan *Fashion* Remaja Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram terhadap *Trend Fashion* Remaja dalam Akun @ootdindo tahun 2014" *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta* Vol. 06 Nomor. 01 (Mei, 2014), 24.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dinamakan internet dan mulai dijalankan pada tahun 1999. Membawa data dengan kecepatan 2,4 giga bits per detik empat kali lebih cepat ketimbang pendahulunya.[5]

Pada abad ke 21 ini, komputer menjadi media yang sangat konvensional di belahan dunia, terlebih dengan teknologi lain yang ditanamkan di dalamnya yaitu jaringan internet. Jaringan internet adalah jaringan komputer yang mampu menghubungkan komputer diseluruh dunia, sehingga informasi berbagai jenis dan dalam berbagai bentuk dapat dikomunikasikan dengan siapapun tanpa terhalangi batas ruang dan waktu dan global teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet, telah mengubah pola interaksi masyarakat yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi masyarakat, perusahaan atau bagi pemerintah.

Internet generasi awal menyediakan akses ke banyak data dengan kecepatan yang belum pernah ada sebelumnya, namun secara visual ia tidak menarik. Teks dan data tampil dengan warna hitam-putih dan tidak ada gambar penampilan yang hanya disukai para periset, meski demikian ada kemungkinan untuk membawa medium baru ini ke level komersil.[6]

Perkembangan situs internet dari tahun ke tahun

1. Pada tahun 1978 Mead Data Central menciptakan Nexis. Nexis adalah database online pertama yang memuat berita, termasuk dari *New York time*,

[5]John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, terj. Tri Wibowo (Jakarta: kencana prenada media group, 2008 ), 266.
[6] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

*wangsington post, Associated press, dan U.S. News dan World Report.* Nexis menyiapkan data yang amat berharga bagi para periset yang bukan hanya bisa meriset edisi koran dan majalah terbaru, tetapi juga edisi-edisi lama. Sekarang nexis memuat ribuan punlikasi dari seluruh dunia.

2. Pada tahun 1980 perusahaan baru Internet service provider memberikan portal internet kepada orang awam dan membantu menavigasi kompleksitas dan keruwetan yang ada di dalam internet. CompuServ adalah pihak pertama yang menyediakan jasa online kepada konsumen, tetapi American online dengan cepat menjadi provider utama.
3. Terobosan besar dilakukan di inggris oleh tim Barners Lee yang pada tahun 1991 menciptakan sistem alamat yang dapat menghubungkan setiap komputer di dunia ini. Nama yang dipakai Berners untuk sistem ini tampaknya terlalu berani yaitu *World Wide Web* tetapi ternyata nama itu tepat jaringan global yang terdesentralisasi yang secara teoritis berpotensi memudahkan setiap orang yang punya komputer untuk berkomunikasi dengan orang lain yang punya komputer di tempat lain di seluruh dunia.[7] *World Wide Web* (WWW) adalah sistem dengan standart diterima secara universal untuk menyimpan, mengambil, memformat, dan menampilkan informasi dalam lingkungan jaringan. WWW dikembangkan pertama kali di Pusat Penelitian Fisika Partikel Eropa (CERN), Jenewa, Swiss. Pada tahun 1989 Berners-Lee membuat proposal untuk memulai proyek pembuatan hypertext secara global, kemudian pada bulan Oktober tahun 1990, "World

[7]David Holmes, *Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat* terj. Teguh Wahyu Utomo (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 189.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wide Web" sudah dapat dijalankan dalam lingkungan CERN. Pada musim panas tahun 1990, WWW resmi digunakan secara luas pada jaringan internet.

4. Aplikasi web. Aplikasi web adalah suatu aplikasi yang dapat membentuk halaman web berdasarkan permintaan pemakai. Aplikasi web juga bisa mencakup permainan interaktif ataupun kelompok diskusi. Aplikasi web merupakan salah satu contoh aplikasi client/server. Client mewakili komputer yang digunakan oleh seorang pemakai yang hendak menggunakan aplikasi, sedangkan server mewakili komputer yang menyediakan layanan aplikasi. Dalam konteks ini client dan server berhubungan melalui internet ataupun internet. Yang menarik, model client/server yang menggunakan aplikasi web dapat melibatkan bermacam-macam platform.[8]

Berbagai contoh aplikasi web:

1) Mesin pencari atau search engine (google, altavista, dan lain-lain)
2) Online (bookpool, amazon, dan lain-lain)
3) Lelang online (eBay)
4) Situs berita (detik.com, okezone.com, dan lain-lain)
5) Layanan akademis (binusmaya, dan lain-lain)[9]

---

[8]Burhan Bungin, *Kontruksi Sosial Media Massa Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Telivisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckman* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 97.
[9]Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remadja Karya CV Bandung, 1984), 153.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Internet menjadi sebuah medium berita baru pada bulan januari tahun 1998 saat Matt Drudge menggunakan *website* untuk mengumumkan bahwa "Newsweek" telah menyembunyikan berita tentang keterlibatan presiden Clinton dengan Monica Lewinsky di gedung putih. Beberapa ahli mengatakan bahwa laporan Drudge itu telah menaikkan pamor internet sebagaimana sumber berita seperti perang telukuntuk CNN dan pembunuhan John F. Knedy.

Tonggak penting lain bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi mungkin terjadi pada 11 september 1998 ketika *Start Report* muncul di internet. Itulah saat pengaksesan tertinggi yang pernah terjadi melalui internet. Beberapa orang bertanya tentang laporan yang menyingkap kasus hubungan seksual presiden Clinton dengan Lewinsky yang diberitakan melalui internet, tapi hal itu juga membuktikan bahwa internet merupakan sarana yang paling efisien dalam membuat 445 halaman laporan dapat dengan mudah diakses oleh seluruh masyarakat pada waktu yang sama.[10]

Selain memberikan kontribusi yang cukup besar bagi peradaban manusia internet juga mendapatkna kritikan. Penulis esai Sven Birkets berpendapat bahwa adanya perubahanya dari budaya cetak ke budaya elektronik akan menyebabkan kemiskinan bahasa. Dia menyatakan bahwa komunikasi elektronik mengarah kepada penggunaan bahasa sederhana seperti dalam telegram. Dia meramalkan,

[10]Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi sejarah, metode, dan terapan di dalam media Massa* Terj. Sugeng Hariyanto (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa kita akan melihat sebuah penurunan penggunaan bentuk bahasa halus seperti ambiguitas, pertentangan, ironi, dan humor.[11]

Kekuatan lain dari intrernet dan *World Wide Web* adalah kekuatannya untuk menjauhkan orang-orang dari dunia nyata *terra firma*-bumi, tumbuhan,bunga, dan sinar matahari. Cliford Stoll seorang penulisd beberapa buku di internet menyatakan bahwa masalahnya adalah waktu tiga atau empat jam habis di depan komputer tetapi tidak dengan keluarga, suami atau istri beserta masyarakat.[12]

Teknologi komunikasi berubah dengan begitu cepat sehingga banyak orang berbicara tentang revolusi teknologi atau ledakan informasi. Beberapa teknologi baru yang sedang dalam proses pengembangan atau yang ada sekarang adalah *video tape recoder, video cassette,* telivisi kabel, surat kabar *online,* akses pelayanan informasi komputer dengan komputer pribadi di rumah, internet dan *World Wibe Web*, serta CD-ROM. Banyak teknologi ini mempunyai dampak dramatis yaitu memberikan pengguna kontrol yang jauh lebih banyak pada proses telekomunikasi dan informasi yang diterima. Secara teoritis, teknologi-teknologi baru ini dapat digunakan untuk keuntungan banyak orang dalam masyarakat. Seperti yang telah disebutkan Parker dan Dunn.

Potensi tunggal paling besar dari penggunaan informasi adalah kesempatan untuk mengurangi biaya unit pendidikan sampai titik dimana masyarakat kita

---

[11]Bungin, *Kontruksi Sosial Media Massa*, 99.
[12]Valentinus Saeng CP, *Herbert Marcuse Perang Semesta Melawan Arus Global* (Jakarta: PT Gramedia, 2012), 109.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat memberikan akses yang sama dan terbuka bagi kesempatan belajar untuk semua anggota masyarakat sepanjang hidup mereka.[13]

Tetapi dalam praktik sebenarnya, belum jelas apa dampak teknologi baru ini kedepan bagi tingkat informasi yang dimiliki publik, terutama oleh segmen-segmen publik yang berbeda-beda. Banyak dari teknologi baru ini yang mahal. Karena biaya tersebut, maka teknologi ini lebih lebih mudah diperoleh bagi orang kaya daripada yang kurang kaya. Karena alasan ini dan alasan lainnya, dampak yang kurang menguntungkan dari revolusi teknologi dalam komunikasi mungkin adalah kesenjangan pengetahuan yang lebih luas.

Beberapa ahli berpendapat, bahwa masa depan internet secara garis besar akan ditentukan oleh faktor pasar. Internet akan berkembang dalam suatu bentuk dimana bagian terbesarnya akan dipotong oleh iklan.[14] Hal ini telah tampak jelas dengan munculnya beberapa perusahaan-perusahaan *advertising* yang saling bersaing dalam media internet.

## B. Studi Tentang Pengarauh Media

Thorton menyatakan bahwa gagasan tentang budaya autentik yang terbentuk di luar media adalah sesuatu yang fleksibel, namun salah arah karena perbedaan subkultur pemuda. Dalam banyak kasus adalah fenomena media. Media katanya adalah bagian integral dari pembentukan subkultur dan bagian formulasi anak-anak muda atas aktivitas mereka.[15]

---

[13]Bungin, *Kontruksi Sosial Media Massa*, 162.
[14]Severin dan Tankard, *Teori Komunikasi Sejarah*, 9.
[15]Chris Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktek* terj. Nurhadi (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), 353.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media massa biasanya dianggap sebagai sumber berita dan hiburan. Media massa juga membawa pesan persuasi kepada setiap orang yang menggunakannya.[16] Media massa telah merasuk ke dalam kehidupan modern. Setiap pagi masyarakat bangun mendengarkan radio, memainkan *gadget* yang terhubung dalam jaringan internet, dan menonton telivisi, kerena media massa sangat sangat berpengaruh, kita perlu tahu sebanyak mungkin bagaimana media massa bekerja.

1. Melalui media massa kita mengetahui hampir segala sesuatu yang kita tahu tentang dunia di luar lingkungan kita. Apa yang anda ketahui tentang Baghdad atau badai katrina jika tidak ada internet, telivisi, dan lain sebagainya.
2. Masyarakat yang berpengetahuan (*informed*) dan aktif sangat mungkin terwujud di dalam demokrasi modern hanya jika media massa berjalan dengan baik.
3. Orang membutuhkan media massa untuk mengekspresikan ide-ide mereka ke khalayak luas. Tanpa media massa, gagasan mereka hanya akan sampai ke sekitar orang-orang anda dan orang-orang yang anda kirimi surat.
4. Negara-negara kuat menggunakan media massa untuk menyebarkan ideologinya dan untuk tujuan komersial. Media massa adalah alat utama para propagandis, pengiklan, dan pada orang-orang semacam itu.[17]

---

[16]David Holmes, *Komunikasi Media*, 87.
[17]John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, terj. Tri Wibowo (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008 ), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sarjana komunikasi awal mengasumsikan bahwa media massa sangat kuat sehingga ide-ide dan bahkan instruksi pemungutan suara sekalipun dapat disuntikkan ke dalam lembaga politik. Keraguan muncul pada tahun 1940-an tentang apakah media benar-benar punya kekuatan demikian hebat, dan para sarjana mulai melakukan riset berdasarkan asumsi bahwa pengaruh media paling banter hanya bersifat moderat. Studi yang baru mengkaji tentang efek kumulatif jangka panjang dari media.[18]

Bagi sebagian orang, gagasan bahwa media massa biasanya tidak mempunyai dampak apapun terhadap para penikmatnya, justru tidak tampak sangat beralasan. Para peneliti juga mulai mempertimbangkan kemungkinan, bahwa mereka mungkin mencari dampak di tempat yang salah. Selama bertahun-tahun, pendekatan yang digunakan dalam riset komunikasi adalah mencari perubahan sikap dan sebagian besar riset menemukan, bahwa media massa mempunyai dampak kecil dalam bidang ini, tetapi mungkin para peneliti melihat sasaran yang salah. Mungkin media massa berdampak pada persepsi orang atau pandangan mereka terhadap dunia daripada mereka sendiri.[19]

Berbeda dengan apa yang ditulis oleh Chris Barker dalam bukunya Cultural Studies yang mengatakan, bahwa media massa memainkan peran yang sangat penting. Melalui konsep "kepanikan moral" dan "perluasan menyimpang", para penulis semacam Cohen dan Young menempatkan liputan media pada posisi sentral dalam penciptaan dan keberlangsungan penyimpangan subkultur pemuda.

---

[18]William L. Rivers, *Media Massa dan Masyarakat Modern* terj. Haris Munandar dan Dudy Priatna (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 79.

[19]Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa* Terj. Sugeng Hariyanto (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 265.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media dikatakan terikat dalam sekelompok anak muda tertentu dan memberi label prilaku mereka dengan sebutan menyimpang, mengganggu, dan kelihatannya akan terus berulang perilaku mereka sebagai iblis rakyat kontemporer.[20]

Hal di atas menandakan, bahwa media mempunyai peran dan pengaruh yang sangat signifikan bagi individu atau kelompok tertentu. Gagasan bahwa pemerintah adalah pusat struktur kehidupan manusia kini mulai mengalami perubahan. Dengan media massa mengambil alih peran utama itu. Di seluruh dunia kekuasaan yang pernah dipegang pemerintah untuk mengontrol komunbikasi massa kini telah jauh melemah.

Usaha Uni Soviet lama untuk memblokir sinyal radio dari stasiun radio propaganda Amerika yang ditempatkan di Eropa Barat selama era perang dingin, sekitar 20 tahun lalu, tampaknya tidak efektif. Di masa yang lebih baru, upaya Cina dan beberapa negara lain untuk mengontrol sinyal telivisi satelit juga tidak banyak artinya. Volume komunoikasi internet membuat bentuk-bentuk pelanggaran isi media menjadi tidak berfungsi.[21]

Beberapa teori-teori tentang pengaruh media terhadap para penikmatnya

a. *Powerfull Effects Theory* (teori efek yang kuat). Generasi awal sarjana komunikasi memandang media massa punya pengaruh langsung dan mendalam terhadap orang. Gagasan mereka disebut *Powerfull Effects Theory* yang didasarkan pada buku penting tahun 1992 karya komentator sosial Walter Lippman berjudul *public opinion.* Lippman berargumen bahwa kita

[20]Chris Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktek* terj. Nurhadi (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), 352-353.
[21]Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, 525.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memandang dunia bukan sebagaimana adanya tetapi sebagai gambaran di benak kita. Gambaran benda-benda yang tidak kita alami secara personal dibentuk oleh media. Teori ini dijelaskan dalam istilah model jarum suntik atau model peluru. Para sarjana pendukung teori ini mengatakan bahwa liputan koran dan media internet akan ikut menentukan pola kehidupan seseorang.

b. *Minimalist Effect Theory* (teori efek minimalis). Para sarjana pendukung teori minimalis menyusun model alur dua langkah untuk menunjukkan bahwa pola kehidupan masyarakat tidak terlalu dimotivasi oleh media ketimbang oleh orang-orang yang mereka kenal secara pribadi dan mereka hormati. Orang-orang ini disebut *opinion leader* (pemimpin opini) antara lain adalah ulama atau pendeta, guru, dan tokoh masyarakat, meski mustahil untuk mendaftar secara kategoris semua orang yang merupakan pemimpin opini. Model dua alur yang menggantikan model jarum suntik menunjukkan, bahwa apapun efek media terhadap mayoritas populasi, efek itu akan disalurkan melalui pemimpin opini.[22]

c. *Cumulative Effects Theory* (teori efek kumulatif). Dalam tahun-tahun belakangan ini beberapa sarjana komunikasi massa telah meninggalkan teori minimalis dan membangkitkan kembali teori *pewerfull effects,* walau dengan sedikit perubahan untuk menghindari model jarum suntik yang terlampau sederhana. Sarjana dari Jerman Elisabeth Noelle menyimpulkan, bahwa

[22]Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media tidak pumya efek langsung, tapi efek itu akan terus menguat seiring dengan berjalannya waktu.[23]

Dari ke-tiga teori efek diatas, dapat disimpulkan bahwa media massa termasuk internet memiliki pengaruh dan efek terhadap masyarakat secara langsung ataupun tidak, khususnya bagi para remaja yang masih relatif labil dalam struktur sosial masyarakat. Menurut Castells, internet bukanlah samudera tanpa bentuk yang individu-individu bisa menyelam ke dalamnya, tetapi justru suatu galaksi berisi sub-sub media yang diatur "internet telah disesuaikan oleh praktik sosial, dalam semua keragamannya, walau penyesuaian ini memang punya efek khusus pada praktik sosial itu sendiri".

Casttells menyimpulkan bahwa forum-forum pembangunan identitas *on-line* yang tersedia di internet sebagian besar terkonsentrasi pada kalangan remaja. Kaum remaja yang dalam proses menemukan jati diri, yang bereksperimen dengan itu untuk mencari tahu siapa mereka sebenarnya atau siapa yang mereka ingin jadi.[24]

## C. Remaja dan *fashion*

Berbicara tentang *fashion* atau pakaian sesungguhnya berbicara tentang sesuatu yang sangat erat dengan diri kita. Tak heran jika kata-kata Thomas Charlyle, pakaian menjadi perlambang jiwa (*emblembs of the soul*). Pakaian bisa menunjukkan siapa pemakainya. Dalam kata-kata tersohor dari umberto Eco, *i speak thourgh my cloth.* (aku berbicara lewat pakaianku). Pakaian yang kita

[23]Ibid, 469-472.
[24]David Holmes, *Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat* terj. Teguh Wahyu Utomo (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012),102.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kenakan membuat pernyataan tentang busana kita, bahkan jika kita bukan tipe orang yang terlalu peduli soal busana orang yang berjumpa dengan kita tetap akan menafsirkan penampilan kita seolah-olah kita sengaja membuat pesan.[25]

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya. Gaya hidup dapat diartikan juga sebagai suatu seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Gaya hidup sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalankannya.

Masa remaja adalah masa pencarian identitas.[26] Sedangkan gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya dan dimensi orientasi diri.[27] Gaya hidup mencakup tiga kategori yaitu prinsip, status, aksi. Mereka sebagai remaja mulai mencari gaya hidup yang pas dan sesuai dengan selera. Mereka juga mulai mencari seorang idola atau tokoh identifikasi yang bisa dijadikan panutan, baik dalam pencarian gaya hidup, gaya bicara, penampilan, dan lain-lain demi mendapatkan status didalam pergaulannya. Imbasnya banyak kita jumpai teman-teman dengan berbagai atributnya yang sebenarnya mereka hanya meniru-niru saja.

---

[25]Malcon Bernard, *Fashion sebagai komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra 2011), Vi.
[26]Barker, *Cultural Studies*, 334.
[27]Putri Ekasari dan Arya Hadi Dharmawan, "Dampak Sosial-Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet dalam Kehidupan Remaja di Pedesaan", *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 06 Nomor. 01 (Mei, 2014), 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Para bintang muda yang digandrungi ternyata mampu mengubah gaya hidup remaja. Di samping itu juga anak muda jaman sekarang terkesan terlihat glamour, gaya hidup serba mewah, serba enak dan serba berkecukupan yang dianut para remaja sesungguhnya karena "diajarkan" oleh idola-idola mereka yang berada di layar telivisi yang kita lihat sehari hari. Karakter dari remaja adalah mudah meniru gaya dari orang lain.[28]

Secara sifat, remaja cenderung suka berkumpul atau pergi bersama dengan teman-temannya ke mall dan restoran. Dan jika terbentuk *awareness* yang positif, pergerakan untuk memperluas segmen remaja akan cepat karena sifat remaja yang *high potential of community*. Hal ini dapat menjadi referensi para pemasar untuk melakukan strategi pemasaran berdasarkan tempat yang paling banyak dikunjungi remaja ketika memiliki waktu luang di luar rumah.[29]

Selain itu, juga dipicu oleh program-program yang ditayangkan oleh televisi. Kehidupan sinetron yang kerap menampilkan hidup mewah dan cara instan telah menjadi "*trend* baru" bagi remaja. Siapapun yang terpengaruhi dengan gaya hidup sinetron itu akan mendapat stigmatisasi "tidak gaul dan tidak funky". Sebuah stigma yang amat memalukan bagi mereka, karena itu sedapat mungkin harus dihindari.[30]

---

[28]Mohammad Hilmi Faiq, Aryo Wisanggeni, dan Dimas As Setianingsih, *Media sosial Mau Jadi "Youtuber" atau "Travel Writer"?*, Kompas Nomor 236 (28, februari, 2016),15.

[29]Putri Ekasari dan Arya Hadi Dharmawan, "Dampak Sosial-Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet dalam Kehidupan Remaja di Pedesaan", *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 06 Nomor. 01 (Mei, 2014), 31.

[30]Chris Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktek* terj. Nurhadi (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), 278.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

*Fashion* merupakan salah satu yang membawa pengaruh besar dalam gaya hidup masyarakat khususnya para remaja. Di era globalisasi, dunia *fashion* selalu berubah-ubah dari model yang satu ke model yang lain. Oleh karena itu, perkembangan *fashion* selalu menarik sehingga banyak orang yang selalu ingin mengikuti *trend*, khususnya kaum remaja. Informasi mengenai perekembangan *fashion* di era globalisasi akan dapat membantu dalam pemanfaatan lebih lanjutnya.

*Fashion* berasal dari kata bahasa inggris yang berarti mode, cara, gaya, model dan kebiasaan. *Fashion* adalah istilah umum untuk gaya populer atau praktek, khususnya di pakaian, alas kaki, aksesoris, *make up*, *body piercing*, atau furnitur.[31] Dengan kata lain *fashion* adalah setiap mode pakaian atau perhiasan yang populer selama waktu tertentu atau pada tempat tertentu. Istilah *fashion* sering digunakan dalam arti positif, sebagai sinonim untuk *glamour*, keindahan dan gaya atau *style* yang terus mengalamai perubahan dari satu periode ke periode berikutnya, dari generasi ke generasi.

Perubahan dalam *fashion* tidak selalu mengenai kebaruan, kadang gaya lama atau *fashion* yang pernah popular dulu bisa saja muncul lagi dan di terima. Pada sebuah artikel dijelaskan bahwa *trend fashion* memang selalu berkembang, perkembangannya itu didasari oleh beragam faktor, salah satunya adalah karena terinspirasi gaya *fashion* pada masa sebelumnya. Pada tahun 2000-an ini yang banyak dijadikan inspirasi para perancang busana adalah *trend fashion* tahun

[31]Himayati Fahriah, Sri Eko Puji Rahayu, Dan Nurul Aini, "Studi Tentang Pemanfaatan Media Internet Pada Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Malang", Jurnal Teknologi Industri Boga dan Busana, Vol. 03 No. 01 (Agustus, 2012), 19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1980-an. Rata-rata *trend fashion* yang berkembang di era tahun 1980-an diupdate kembali pada tahun 2010-an dengan variasi yang lebih, sehingga dapat dipadukan oleh *trend fashion* yang berkembang saat ini dan tidak terkesan sangat old school.[32]

Jika diperhatikan hampir setiap tahun masyarakat mengalami perubahan *trend fashion*. Mulai dari busana, aksesoris, *style* atau gaya berbusana, sampai mode rambut. Semuanya tidak luput dari adanya *trend fashion*. Seakan-akan semua yang kita kenakan harus berkiblat pada *trend fashion* yang sedang berkembang saat ini. *Trend fashion* menjadi salah satu acuan dalam hal berbusana, baik untuk busana formal maupun non formal.

*Fashion* yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana seseorang tersebut memilih gaya hidup yang dilakukan. Seseorang yang sangat *fashionable*, secara tidak langsung mengkonstruksi dirinya sebagai seseorang dengan gaya hidup modern dan selalu mengikuti tren yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia modern, gaya hidup membantu menentukan sikap dan nilai-nilai serta menunjukkan status sosial. Selain itu, gaya dapat berubah dengan cepat. Mode yang dikenakan oleh seseorang mampu mecerminkan siapa si pengguna tersebut. Memakai pakaian yang mengikuti *trend* terkini, bagi sebagian orang adalah hal yang cukup penting untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Chris Barker dalam bukunya *Cultural Studies* mengatakan, bahwa meskipun produksi musik pop, film, telivisi, dan pakaian ada ditangan perusahaan kapitalsi trans-nasional, makna selalu diproduksi, diubah dan diatur pada level

---

[32]Sri Eko Puji Rahayu, *Modernisasi dan Perubahan Prilaku Berbusana Remaja*, http://sriekopujirahayu.wordpress.com (Senin, 28 Maret 2016, 21.53)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumsi oleh orang yang merupakan produsen aktif makna. Khususnya berlaku dalam suatu lingkungan ekses semiotik dimana persenaran sirkulasi tanda-tanda polesemis menjadikan segala makna dominan lebih sulit melekat.[33]

Televisi masih tetap favorit, namun media sosial sudah menjadi andalan para remaja untuk mencari informasi dan hiburan. Sementara, baju adalah produk yang paling banyak dibeli remaja lewat internet. Kita tentunya setuju bahwa segmen remaja merupakan segmen yang memiliki potensi pasar sangat besar. Dari rambut hingga kaki, semua bisa dijadikan produk. Dari kesukaan hingga hobinya, semua bisa dijadikan target market. Intinya, pasar remaja ini sangat luas. Berdasarkan data BPS, populasi segmen usia remaja kurang lebih 10,8% dari total penduduk Indonesia. Angka ini menunjukkan persentase penduduk usia 13–18 tahun, usia yang dianggap sebagai representasi dari segmen remaja.[34]

Pada masa remaja pengaruh media memang sangat kuat seperti yang saya jelaskan di atas. media akan mengendalikan hidup kita yang mungkin tanpa kita sadari. Tidak bisa dimungkiri bahwa keberadaan media mutlak diperlukan. Karena pada suatu sisi media memungkinkan kita untuk tahu beragam informasi, berita, penemuan, dan hal-hal baru. Atau bisa disimpulkan bahwa sebenarnya hadirnya media berpengaruh positif dan juga negatif.

Keberadaan media memang tidak lepas dari kepentingan pasar. Dengan demikian, kalau kita tidak selektif terhadap pesan media, kita akan menjadi korban media. Tidak salah memang ketika kita membeli sebuah produk

---

[33]Barker, *Cultural Studies*, 48.
[34]Mohammad Hilmi Faiq, Aryo Wisanggeni, dan Dimas As Setianingsih, *Media sosial Mau jadi "Youtuber" atau "Travel Writer"?*, Kompas Nomor 236 (28, februari, 2016),15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berdasarkan informasi dari media. Namun, yang perlu diingat, seberapa perlu produk yang kita beli itu bagi diri kita.

Apakah kita memang membutuhkan produk itu ataukah karena kita terpengaruh oleh iming-iming yang disampaikan oleh media. Tidak ada salahnya memang untuk tampil menarik seperti yang banyak diiklankan di media, dengan sebagian produk yang ditawarkan untuk membantu mewujudkan impian itu. Juga merupakan sesuatu yang wajar untuk pergi berbelanja membeli barang-barang kesukaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id