

**OUTFIT INSTAGRAMABLE SEBAGAI GAYA HIDUP MAHASISWA UIN
SUNAN AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial
(S.Sos) dalam Bidang Sosiologi**



Oleh :

GABRITA REVINDA TARA

NIM. I73219048

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

APRIL 2023

PERNYATAAN

PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Gabrita Revinda Tara

NIM : I73219048

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : **OUTFIT INSTAGRAMABLE SEBAGAI GAYA HIDUP
MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila dikemudian hari skripsi saya terbukti atau dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukuman yang terjadi.

Surabaya, 20 Maret 2023

Yang menyatakan,



Gabrita Revinda Tara

NIM. I73219048

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Gabrita Revinda Tara

NIM : 173219048

Program Studi : Sosiologi

Yang Berjudul : ***OUTFIT INSTAGRAMABLE* SEBAGAI GAYA HIDUP MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA.**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi

Surabaya, 20 Maret 2023

Pembimbing



Prof. Dr. Isa Anshori, Drs., M.Si.

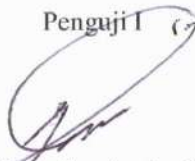
NIP. 196705061993031002

PENGESAHAN

Skripsi oleh Gabrita Revinda Tara dengan judul ***“OUTFIT INSTAGRAMABLE SEBAGAI GAYA HIDUP MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA”***, telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 13 April 2023

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



Prof. Dr. Isa Anshori, Drs., M.Si.

NIP. 196705061993031002

Penguji II



Prof. Dr. Wiwik Setiyani, M.Ag

NIP. 19711207199703200

Penguji III



Dr. Dwi Setianingsih, M.Pd.I

NIP. 197212221999032004

Penguji IV



Dr. Iva Yulianti Umdatul Izzah, M.Si

NIP. 197607182008012022

Surabaya, 13 April 2023

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan,



Dr. Afd. Chalik, M.Ag

NIP. 197306272000031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Gabrita Revinda Tara
NIM : 173219048
Fakultas/Jurusan : FISIP/Sosiologi
E-mail address : gabritarevinda@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Outfit Instagramable Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 April 2023

Penulis

(Gabrita Revinda Tara)

ABSTRAK

Pada penelitian ini mengkaji sebuah fenomena mengenai *Outfit Instagramable* Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, karena sekarang banyak mahasiswa mengikuti *trend outfit* yang sedang booming-boomingnya saat ini. Dalam proses menggali data dan menyusun penelitian, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan subjek penelitian yaitu Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya pengguna *outfit instagramable* berdasarkan rumpun keilmuan mahasiswa-mahasiswi seperti pendidikan, agama, sosial, ekonomi dan lainnya. Penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi dan hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard yang digunakan untuk menganalisis atau melihat fenomena gaya hidup mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk mengecek keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menemukan bahwa mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memaknai *outfit* mamba, bumi, dan kue. Berbagai makna *outfit* tersebut menjadikan dirinya tampil percaya diri. Penggunaan *trend outfit* tersebut dijadikan sebagai identitas seseorang, presentasi diri dalam kehidupan virtual. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial, media sosial serta dorongan keinginan dan kebutuhan seseorang. Pada fenomena tersebut menunjukkan gaya hidup mahasiswa dipengaruhi oleh adanya *trend outfit instagramable*.

Kata kunci: *Outfit Instagramable, Gaya Hidup, Mahasiswa*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

This research examines a phenomenon regarding Instagramable Outfit as a Lifestyle for College Students at UIN Sunan Ampel Surabaya, because now many student follow the trend of outfit that are currently booming. In the process of collecting data and compiling research, researchers used a type of qualitative research with a phenomenological approach and research subject, namely college students at UIN Sunan Ampel Surabaya who use instagramable outfit based on the scientific clusters of college students such as education, religion, social, economic and others. This study uses the theory of consumption society and hyperreality put forward by Jean Baudrillard which is used to analyze or see the phenomenon of the lifestyle of college students at UIN Sunan Ampel Surabaya. To check the validity of this research data using triangulation techniques. The results of the study found that college students of UIN Sunan Ampel Surabaya interpreted the outfit as mamba, bumi and kue. The various meanings of these outfit make her appear confident. The use of these trendy outfit is used as a person's identity, self-presentation in virtual life. This is influenced by social environmental factor, social media and encouragement of one's desires and needs. This phenomenon shows that college students lifestyle are influenced by the trend of instagramable outfit.

Keywords: Instagramable Outfit, Lifestyle, College Students

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

خلاصة

يفحص هذا البحث ظاهرة تتعلق بالزي كأسلوب حياة الطالب في جامعة ولاية سنان أمبل الإسلامية في سورابايا ، لأن العديد من الطلاب الآن يتابعون الزي الرائج الذي يزدهر حاليًا. في عملية جمع البيانات وتجميع البحوث ، استخدم الباحثون نوعًا من البحث النوعي مع منهج ظاهري وموضوعات بحثية ، أي الطلاب والطالبات في جامعة ولاية سنان أمبل الإسلامية في سورابايا الذين يستخدمون ملابس إنستغرام بناءً على المجموعات العلمية للطلاب مثل كالتعليم والدين والاجتماعي والاقتصاد وغيرها. تستخدم هذه الدراسة نظرية المجتمع الاستهلاكي والواقعية الفائقة التي طرحها جان بودريلار والتي تستخدم لتحليل أو رؤية ظاهرة نمط حياة الطلاب في جامعة ولاية سنان أمبل الإسلامية في سورابايا. للتحقق من صحة بيانات البحث باستخدام تقنيات التثليث. ووجدت نتائج الدراسة أن الطلاب في جامعة الدولة الإسلامية في سنان أمبل سورابايا فسروا الملابس على أنها مامبا وبومي وكوي. تجعلها المعاني المختلفة لهذه الملابس تبدو واثقة من نفسها. يتم استخدام استخدام هذه الملابس العصرية كهوية الشخص ، وعرض الذات في الحياة الافتراضية. يتأثر ذلك بالعوامل البيئية الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي وتشجيع رغبات الفرد واحتياجاته. تُظهر هذه الظاهرة أن أنماط حياة الطلاب تتأثر باتجاه الملابس غير القابلة للإنستغرام

الكلمات الرئيسية: زي انستغرام ، لايف ستايل ، طالب

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Definisi Konseptual.....	13
F. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II : KAJIAN TEORETIK	
A. Penelitian Terdahulu.....	22
B. Kajian Pustaka	
1. <i>Outfit Instagramable</i>	37
2. Gaya Hidup	38
3. <i>Outfit Instagramable</i> Sebagai Gaya Hidup.....	39
C. Kerangka Teori	41

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan.....	46
C. Pemilihan Subyek Penelitian	47
D. Jenis dan Sumber Data	49
E. Tahap-tahap Penelitian	51
F. Teknik Pengumpulan Data	52
G. Teknik Analisis Data.....	55
H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan	57

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Objek Penelitian	58
B. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Memaknakan <i>Outfit Instagramable</i>	64
C. <i>Outfit Instagramable</i> Digunakan Sebagai Ekspresi Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.....	76
D. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Menggunakan <i>Outfit Instagramable</i> Sebagai Gaya Hidup	91
E. Analisis <i>Outfit Instagramable</i> Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tinjauan Teori Jean Baudrillard Masyarakat Konsumsi dan Hiperrealitas	107

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	114
B. Saran.....	116

DAFTAR PUSTAKA.....	117
----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Pedoman Wawancara	123
Dokumentasi Penelitian.....	124
Biodata Peneliti.....	128



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kampus 1 UIN Sunan Ampel Surabaya	59
Gambar 4.2 Kampus 2 UIN Sunan Ampel Surabaya	63
Gambar 4.3 <i>Outfit</i> Cewek dan Cowok Mamba.....	64
Gambar 4.4 <i>Outfit</i> Cewek dan Cowok Bumi	69
Gambar 4.5 <i>Outfit</i> Cewek dan Cowok Kue	72
Gambar 4.6 Akun Instagram Feeds.....	86
Gambar 4.7 Fitur Instagram.....	87
Gambar 4.8 Akun Instagram Reels	90
Gambar 4.9 <i>Outfit Instagramable</i> yang Dikenakan Ketika di Kampus	93
Gambar 4.10 Inspirasi <i>Outfit</i> Selebgram di akun Instagram	100

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan.....	49
-------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Outfit akan terus mengalami perkembangan seiring dengan pesatnya perkembangannya teknologi. Semakin canggihnya teknologi dapat memudahkan masyarakat untuk mengakses internet. Adanya kemudahan untuk mengakses internet dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Internet biasanya digunakan untuk mengakses informasi melalui media massa, media sosial, dan lainnya. Hampir setiap hari seseorang tidak dapat terlepas dari adanya media-media tersebut. Zaman sekarang *outfit* lebih dikenal di berbagai media. Melalui media tersebut seseorang dapat menampilkan dirinya agar bisa dikenal keberadaannya oleh kalangan masyarakat publik, yang menjadi menarik adanya gaya hidup masyarakat saat ini seperti lebih mudah untuk mengetahui perkembangan *outfit* yang pantas untuk dirinya sendiri.

Saat ini *outfit* sangat populer dikalangan masyarakat terutama para remaja kekinian. Tidak hanya dikalangan remaja namun orang tua juga mengikuti *trend outfit* saat ini. Selain itu, tidak terjadi hanya di perkotaan saja masyarakat pedesaan juga mengalami hal tersebut. Adanya kemudahan mengakses internet menyebabkan orang-orang berbondong-bondong menggunakan instagram untuk menampilkan gaya hidupnya yang sudah tentu hal ini berbeda dengan masa-masa sebelumnya. Hal tersebut akan berbahaya jika tidak di *manage* dengan baik. Seseorang akan menjadi lebih boros dan

sering meng-*update* gaya pakaiannya dengan menggunakan barang-barang kekinian sehingga cenderung menimbulkan gaya hidup yang berlebihan.

Istilah *outfit* biasanya berkaitan dengan gaya hidup seseorang yang dikenakan setiap harinya. Seiring berkembangnya zaman *outfit* selalu mengalami perubahan dengan adanya *trend-trend* terbaru. Berkembangnya zaman tentu menimbulkan rasa ketertarikan tersendiri agar dapat melakukan adanya *trend* tersebut. Sering kali, masyarakat memiliki rasa penasaran yang tinggi terutama para remaja yang selalu ingin mengikuti agar dianggap lebih eksis dan modern. *Outfit* saat ini tidak hanya digunakan sebagai penampilan saja melainkan sebagai gaya hidup keseharian. Gaya berpakaian sekarang dianggap sebagai bahan penilaian awal seseorang karena seseorang akan menilai dirinya dengan melihat *outfit* yang dipakai. Disisi lain, *outfit* dijadikan sebagai penampilan dengan cara mengekspresikan diri seseorang.¹

Adapun istilah “Kamu bergaya maka kamu ada” maksud hal tersebut adalah ungkapan seseorang bahwasannya ketika kamu bergaya maka kamu akan terlihat keberadaannya atau lebih dikenal hingga menjadi sorotan banyak orang di depan publik. Akhir-akhir ini *outfit* banyak diminati oleh para remaja untuk dijadikan sebagai ajang *trend Outfit Of The Day* (OOTD) dengan menggunakan pakaian yang kekinian. *Trend* tersebut dilakukan dengan menampilkan gaya berpakaian yang dikenakan sehari-hari yang tujuannya

¹ Retno Hendariningrum and M. Edi Susilo, ‘Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi’, *Ilmu Komunikasi*, 6.2 (2008), 25
<<https://media.neliti.com/media/publications/103100-ID-fashion-dan-gaya-hidup-identitas-dan-kom.pdf>>.

menjadi sorotan publik apabila dibagikan di media sosial. Cara penampilan mereka yang telah diekspos di media sosial biasanya terlihat estetik atau *instagramable*. Hal tersebut tentunya akan menarik perhatian kalangan masyarakat publik agar menjadi sorotan tertentu kepada *followers* akun sosial medianya. Pada umumnya, foto yang di-*upload* hanya ditampilkan dari sisi *instagramable* dan pemakaian *outfit trend* saat ini agar lebih dipandang sebagai seorang yang *trending* dan modern.

Konsep *trend* saat ini yang beredar di media sosial telah menjadi wadah cara para remaja untuk mengekspresikan dirinya di depan publik. Penampilan luar dianggap suatu hal dari segalanya, sehingga *outfit* lebih penting daripada kebutuhan keseharian lainnya. *Outfit* juga memiliki nilai-nilai tersendiri yang tujuannya untuk dipromosikan kepada banyak orang. Terkadang *outfit* yang dikenakan dijadikan sebagai ajang untuk bersaing dengan cara memperlihatkan pakaian yang dikenakan serta menunjukkan kualitas dari gaya hidupnya. Cara berpakaian saat ini lebih dikenal dengan istilah *instagramable*. *Instagramable* merupakan sesuatu yang berupa foto ataupun video yang memiliki ciri khas tertentu yang unik, kekinian ataupun *aesthetic* lalu diabadikan di akun media sosial. Pada umumnya, alat media sosial yang digunakan saat ini seperti akun media instagram. Melalui media instagram *trend outfit* menjadi salah satu pengaruh sikap dan perilaku dalam memamerkan barang-barang yang digunakan seolah-olah instagram menjadi

tempat bersaing.² Para remaja terinspirasi *outfit instagramable* dari para selebgram pengguna instagram.

Outfit instagramable saat ini telah digunakan oleh kalangan masyarakat dengan berbagai istilah-istilah seperti cewek kue, cewek bumi, cewek mamba. Tidak hanya perempuan saja, laki-laki juga dapat menggunakan *outfit* kekinian seperti istilah-istilah tersebut. Dari konsep *outfit* tersebut tentunya juga mengandung makna dari istilah-istilah yang digunakan. Istilah cewek kue dengan identik warna-warni mengandung makna perempuan yang ceria dan penuh semangat. Istilah cewek bumi dengan identik warna *earth tone* (hijau pupus, coklat, krem) mengandung makna perempuan yang memiliki kesan tenang dan bijaksana. Sedangkan istilah cewek mamba dengan identik warna hitam mengandung makna perempuan yang terkesan berani.³ Beberapa istilah tersebut menggambarkan penampilan seseorang dengan cara mengekspresikan dirinya pada orang lain.

Dikalangan masyarakat saat ini gaya berpakaian merupakan sesuatu yang penting dalam hidup mereka untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. *Outfit* yang dikenakan para remaja saat ini seperti halnya pakaian baju, celana, rok hingga aksesoris yang kekinian dengan bervariasi model dengan perpaduan warna-warna yang unik. Para remaja akan menggunakan *outfit*

² Vicky F Arsita, Nurul & Sanjaya, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram', *Ilmu Manajemen Saburai*, 07.02 (2021), 126 <<http://jurnal.saburai.id/index.php/JIMS/article/viewFile/1390/1030>>.

³ Kerina Jefani, 'Tren OOTD Di Media Sosial: Representasi Gaya Hidup Konsumtif Generasi Muda', 2022 <<https://www.gentaandalas.com/tren-ootd-di-sosial-media-representasi-gaya-hidup-konsumtif-generasi-muda/>>.

dengan cara memadukan pakaian atasan, pakaian bawahan hingga model hijab kekinian. Mereka hanya saja memadukan warna atau model *outfit* yang dipakai agar sesuai dengan karakteristik kepribadiannya. Kepribadian seseorang menunjukkan suatu identitas yang memiliki ciri khas yang khusus.⁴ Hal tersebut tentu melahirkan nilai gaya penampilan bagi mereka. Sesuai dengan *outfit* yang dikenakan seseorang akan berani tampil berbeda dan berani dalam menunjukkan jati dirinya sesuai passion mereka masing-masing.

Gaya penampilan yang digunakan tidak harus berpakaian yang bermerk untuk dijadikan patokan *outfit instagramable*. Seseorang dapat menggunakan pakaian yang ter-*update* atau kekinian tanpa harus melihat merk dari pakaian tersebut. *Style outfit* para remaja saat ini berkembang secara cepat. Tidak dipungkiri, jika generasi millennial saat ini berlomba-lomba untuk menggunakan *outfit* sesuai dengan *trend* sekarang. *Outfit trend* saat ini bervariasi model seperti pakaian atasan, pakaian bawahan, hingga model hijab kekinian. Para remaja saat ini tentunya memiliki *style outfit* yang berbagai model kekinian. Namun, sering kali secara tidak sengaja kalangan remaja menggunakan *outfit* dengan *style* yang sama karena mereka sering kali melihat pakaian yang digunakan oleh selebgram di media sosial hingga akhirnya ia tertarik untuk memiliki *style* tersebut.

Tidak dipungkiri, jika *outfit* yang digunakan para remaja saat ini sama seperti yang digunakan oleh orang lain. Semakin banyaknya generasi millennial mengikuti *trend outfit*, semakin banyak pula para produksi desain untuk

⁴ Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Sosiologi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2015).

menciptakan model pakaian yang terbaru. Bahkan para *seller* juga berlomba-lomba untuk bersaing dalam memperjualkan melalui *online shop* atau toko *offline*. Adanya produk *outfit* yang banyak diminati oleh generasi millennial semakin membawa keuntungan juga para *reseller* saat ini. Bisnis *outfit* semakin berkembang karena masyarakat sendiri lah yang menjadikan popularitas. *Outfit* juga dibutuhkan dari anak-anak, perempuan dan laki-laki. Para pembeli pun juga melihat harga yang relatif miring untuk didapatkan karena dengan banyaknya para *reseller* semakin banyak juga variasi harga dari beberapa toko.

Fenomena yang terjadi saat ini memberikan pengaruh dampak positif maupun negatif pada generasi millennial. Dampak positifnya yaitu menumbuhkan rasa percaya diri kepada orang lain agar dianggap terampil dan berkualitas serta mengubah sikap seseorang agar dapat memaknai identitas dirinya sesuai yang diharapkan. Perempuan saat ini hanya menginginkan penampilan luarnya agar terlihat menarik dan mempesona dari segala aktivitasnya. Jika penampilannya dirasa kurang maksimal, mereka akan merasa kurang percaya diri.⁵ Disisi lain dampak negatifnya yaitu generasi millennial lebih cenderung berperilaku konsumtif karena yang dilakukan oleh para remaja sekarang lebih mengutamakan membeli *outfit* yang dikenakan agar sesuai dengan *trend* saat ini. Jadi, mereka membeli barang hanya karena keinginannya bukan berdasarkan kebutuhan. Jika generasi muda Indonesia sudah tertarik dengan adanya *trend outfit* saat ini maka mereka terjerumus

⁵ Sinta Desi Arini, 'Style Pakaian Anak Muda Jaman Sekarang', 2021 <<https://www.harapanrakyat.com/2021/01/style-pakaian-anak-muda-jaman-sekarang/>>.

dengan perilaku konsumtif. Apalagi sistem jual beli *online* mudah dilakukan sehingga semakin memberikan peluang pada seseorang untuk menambah daya beli pakaian *trend* saat ini.

Gaya hidup jika dikaitkan dengan pengguna *outfit instagramable*, secara tidak sadar mereka akan melakukan perilaku konsumtif. Mereka akan *meng-update* gaya pakaiannya lebih sering dengan menggunakan barang-barang kekinian sehingga cenderung menimbulkan gaya hidup yang berlebihan. Hal tersebut disebabkan karena faktor keinginan bukan karena kebutuhan atau kegunaannya.⁶ Gaya hidup akan menguras waktu dan biaya seseorang. Biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi gaya hidup tidak sedikit karena seseorang tidak akan puas jika gaya hidupnya belum terpenuhi. Gengsi seseorang juga berpengaruh pada gaya hidup kesehariannya. Mereka lebih mengutamakan gengsi daripada mementingkan kegunaan dan fungsinya. Tujuan mereka melakukan hal tersebut supaya lebih terlihat modis dan disegani oleh orang lain. Faktanya saat ini generasi millennial lebih meninggikan gaya hidupnya agar terlihat menarik dihadapan lingkungan sekitar maupun media sosial.⁷

Perilaku seseorang dapat dilihat dari gaya hidup kesehariannya dengan menggunakan barang ataupun jasa seperti memperlihatkan penampilan dirinya

⁶Naufal Dani, 'Gaya Hidup Berlebihan', 2022
<[⁷ Syarifah Algadrie, 'Pengaruh Gengsi Terhadap Gaya Hidup Remaja Masa Kini', 2022
<\[<http://digilib.uinsby.ac.id/http://digilib.uinsby.ac.id/http://digilib.uinsby.ac.id/>\]\(https://www.kompasiana.com/syarifah1203/62b3f7247901697a8839d7f3/pengaruh-gengsi-terhadap-gaya-hidup-remaja-masa-kini>.</p>
</div>
<div data-bbox=\)](https://www.kompasiana.com/naufaldanis6139/629081e353e2c320f51984d2/gaya-hidup-berlebihan#:~:text=Gaya%20hidup%20berlebihan%20adalah%20gaya,untuk%20hal%20yang%20tidak%20berguna.>.</p>
</div>
<div data-bbox=)

terhadap orang lain. Dalam media sosial memiliki tujuan tertentu berdasarkan minat, bakat, dan profesi seseorang. Tujuannya agar dapat berpengaruh pada para pengguna media sosial seperti mengubah foto profil, mengunggah foto maupun video. Media sosial yang sering digunakan oleh generasi millennial yaitu instagram. Melalui media tersebut seseorang dapat mengunggah foto dengan informasi yang disampaikan bisa diterima dengan cepat. Media tersebut diolah sebagai alat mediasi, informasi yang memuat citra diri seseorang. Fitur dalam instagram memberikan keleluasaan bagi pengguna agar menjadi apa yang orang lain ingin lihat serta penampilan yang ditampilkan terkesan sesuai dengan yang diharapkan.

Outfit sering kali menjadi pusat perhatian oleh kalangan generasi millennial terutama kalangan mahasiswa. Bagi mahasiswa *outfit* merupakan bagian yang tidak terlepas dari penampilan gaya hidupnya. Mahasiswa lebih menggandrungi adanya *trend-trend outfit* kekinian. Sebagian mahasiswa menganggap *outfit* adalah suatu hal dari segalanya dan sangat penting bagi kehidupannya sebab ketika mereka menunjukkan gaya penampilannya mereka merasa lebih percaya diri dihadapan orang lain. Mereka lebih memikirkan *outfit* apa yang akan mereka pakai untuk di kemudian hari. Adanya beragam model *outfit* saat ini membuat mahasiswa dalam berlomba-lomba sebagai ajang adu *outfit* penampilan. Sehingga mereka lebih memikirkan *outfit* yang dipakai daripada mempersiapkan akademik perkuliahan.

Ada beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan: (a) Penelitian Penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Denny Haris, Mahasiswa Prodi Sosiologi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017 dengan judul ***“Gaya Hidup Kaum Urban di Tengah Arus Modernisasi (Studi di Kelurahan Kedungdoro Surabaya)”*** fokus pada gaya hidup kaum urbanisasi dengan menirukan gaya penampilannya dalam mengenakan pakaian terbuka di depan umum. Sedangkan penelitian ini dilihat dari sisi gaya penampilan pakaian yang dikenakan masih sesuai dengan kesopanan dan norma yang berlaku dikampus. (b) Penelitian yang telah dilakukan oleh Didit Setiawan, Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2012 dengan judul ***“Gaya Hidup PUNKLUNG (Studi Kasus Pada Komunitas Punklung di Cicalengka, Bandung)”*** fokus pada gaya hidupnya yang saat ini dengan gaya penampilan dan kepeduliannya terhadap masyarakat kelas bawah serta kepedulian terhadap budaya lokal. Sedangkan penelitian ini dilihat dari sisi gaya penampilan penggunaan *outfit instagramable* yang dikenakan oleh mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. (c) Penelitian yang telah dilakukan oleh Ulfah Iryana, Mahasiswi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019 dengan judul ***“Gaya Hidup Syar’i (Makna Penggunaan Makeup di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)”*** fokus pada gaya hidup kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam penggunaan *makeup syar’i* yang hanya mempercantik dirinya agar terlihat berseri, tetap tampil cantik dan menarik.

Sedangkan penelitian ini dilihat dari sisi gaya penampilan *outfit* yang dikenakan agar dianggap lebih eksis dan *trending*.

Selanjutnya: (d) Penelitian yang telah dilakukan oleh Fitriyah Auliya, Mahasiswi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019 dengan judul ***“Gaya Hidup Komunitas ISU (Ikilho Scooters UIN Sunan Ampel Surabaya) Sebagai Counter Culture Modernitas”*** fokus pada gaya hidup komunitas ISU pecinta vespa tua. Gaya hidup komunitas ini lebih cenderung pada kebebasan dalam berekspresi seperti cara berpakaian, gaya rambut, hingga desain modifikasi motor yang dipakai. Sedangkan penelitian ini dilihat dari sisi gaya penampilan pakaian yang dikenakan. (e) Penelitian yang telah dilakukan oleh Lina Maulidatus S, Mahasiswi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021 dengan judul ***“Gaya Hidup Generasi Millenial Penggemar Kopi di Coffe Shop Pitstop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik”*** fokus pada gaya hidup para penggemar kopi. Gaya hidup kopi memiliki sebuah nilai atau *value* di mata masyarakat karena bagi mereka coffe shop saat ini tidak hanya dijadikan sebagai tempat ngopi saja melainkan sebagai tempat nongkrong, tempat bersantai, tempat meeting hingga mengerjakan tugas. Sedangkan penelitian ini dilihat dari sisi gaya hidup mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengenakan *outfit*. *Outfit* yang dikenakan tidak sekedar melihat nilai gunanya tetapi ditampilkan agar dirinya bisa dikenal keberadaannya oleh kalangan masyarakat. (f) Penelitian yang telah dilakukan oleh Anisah Nurul Wafiyah A, Mahasiswi Prodi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021 dengan judul ***“Gaya Hidup Nongkrong Remaja di Era New Normal Pandemi Covid-19”*** fokus pada gaya hidup para remaja dalam aktivitas nongkrong di era new normal pandemi Covid-19. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari kebiasaan mereka ketika nongkrong. Sedangkan penelitian ini dilihat dari sisi gaya hidup mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengenakan *outfit* yang ditampilkan dalam kehidupan kesehariannya.

Peneliti tertarik dengan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dijadikan sebagai subyek penelitian sebab, sebagian mahasiswa sudah mengikuti *trend outfit instagramable* dengan berpakaian yang sopan dan lebih cenderung mengutamakan etika dan norma yang berlaku di kampus tersebut. Meskipun berlabel kampus Islam tidak menutup kemungkinan kampus tersebut melarang gaya penampilan mahasiswanya dalam pakaian yang dikenakan. Mahasiswa juga memahami aturan kampus dengan menggunakan pakaian yang sopan. Pihak kampus pun juga tidak mewajibkan mahasiswanya untuk mengenakan pakaian yang bervariasi model kekinian. Mahasiswa memakai *outfit* seperti baju, celana dan rok dengan model hijab yang *update*. Hal tersebut membuat saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik ***“Outfit Instagramable Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.”***

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memaknai *outfit instagramable*?
2. Bagaimana *outfit instagramable* digunakan sebagai ekspresi gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya?
3. Apa faktor yang mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menggunakan *outfit instagramable* sebagai gaya hidup?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini untuk menggali dan memahami:

1. Makna *outfit instagramable* bagi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Penggunaan *outfit instagramable* sebagai ekspresi gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menggunakan *outfit instagramable* sebagai gaya hidup.

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian ada kebermanfaatan yang dapat diperoleh bagi peneliti sendiri maupun orang lain. Adapun beberapa manfaat yang dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis kepada civitas akademik:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menganalisis teori masyarakat konsumsi dan hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard yang menyatakan bahwa masyarakat konsumsi dan hiperrealitas saat ini dilihat dari gejala globalisasi dengan beriringan perkembangan zaman yang semakin modern.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pemahaman pengetahuan bagi peneliti dan pembaca pada umumnya mengenai *outfit instagramable* sebagai gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

E. Definisi Konseptual

Melalui penelitian ini, sekiranya penting dijelaskan mengenai pengertian terhadap beberapa istilah dan hal-hal yang terkait dengan topik penelitian. Sehingga, dengan adanya hal tersebut diharapkan tepat sasaran yakni dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pembaca untuk memahami serta meminimalisir adanya kerancuan dalam mengartikan sebuah istilah. Adapun hal-hal yang perlu diartikan adalah:

1. *Outfit*

Istilah *outfit* berarti pakaian. Pakaian merupakan suatu barang yang dapat dipakai anggota tubuh seperti baju, celana, rok, dan lainnya. Pakaian

salah satu kebutuhan pokok seseorang selain makan dan tempat tinggal. Manusia tentu membutuhkan pakaian untuk kehidupan sehari-harinya. Tujuan mengenakan pakaian agar bisa melindungi atau menutupi anggota tubuh. Anggota tubuh perlu dilindungi supaya terhindar dari terik panas matahari, cuaca dingin, debu, hingga yang dapat membahayakan kulit. Ajaran islam pakaian digunakan untuk menutup aurat sehingga seseorang harus berpakaian yang rapi dan sopan dipandang. Pakaian bisa diidentikan sebagai simbol identitas, jati diri, kehormatan yang bisa menjaga dari mara bahaya jika dirinya sedang terancam. Sehingga dengan menggunakan pakaian akan memberikan pengaruh positif bagi tubuh agar dapat terlindungi secara baik dan maksimal.

Seiring berkembangnya zaman istilah dan fungsi dasar pakaian mulai bergeser. Saat ini seseorang menyebut pakaian dengan istilah *outfit*. Selain itu, yang awalnya pakaian berfungsi sebagai menutupi tubuh, melindungi dari mara bahaya. Namun, saat ini pakaian juga disimbolkan dengan status seseorang di kalangan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat jika semakin bagus pakaian yang dikenakan semakin tinggi pula status sosial orang tersebut. Adanya perkembangan zaman yang semakin modern telah mengalami perubahan yang signifikan. Di ruang publik seseorang dapat mengeksplor gaya penampilannya untuk menampakkan dirinya agar lebih dikenal keberadaannya.⁸ Sehingga, pakaian tidak hanya dijadikan

⁸ Dian Chrisnawati and Sri Muliati Abdullah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial

sebagai penutup tubuh saja melainkan menutupi yang kurang pantas untuk diperlihatkan dan untuk harga dirinya.

2. *Instagramable*

Istilah *Instagramable* berasal dari kata “instagram” yang merupakan sebuah aplikasi foto yang cara kerjanya mengambil atau memotret gambar dengan memanfaatkan filter yang ada. Instagram adalah tampilan kamera yang dapat menampilkan foto-foto secara instan dengan berbagai macam tampilan seperti polaroid. Fitur instagram dapat mengunggah foto dan bisa diberi *caption* agar orang lain terkesan dengan foto yang telah diunggah. Adanya fitur tersebut juga memudahkan para pengguna dalam membagikan informasi secara cepat.⁹ Sehingga bagi para pengguna secara leluasa dapat menampilkan citra dirinya agar terkesan sesuai dengan yang diharapkan. Beragam fitur instagram membuat foto yang dihasilkan estetik atau bagus dipandang. Sedangkan kata “*able*” berarti sanggup, bisa, dapat.

Jadi, *instagramable* merupakan suatu foto atau video memiliki ciri khas tertentu yang unik, kekinian ataupun *aesthetic* sehingga bisa, layak dan pantas diunggah di akun media sosial ataupun melalui instagram secara langsung. *Instagramable* dipandang dari sisi tempat wisata, tempat

Ekonomi Rendah), *Jurnal Spirits*, 1.2 (2011), 3 <http://psikologi.ustjogja.ac.id/wp-content/uploads/2016/08/1_DianChrisnawati_MuliatiAbdullah.pdf>.

⁹ R Ulfah, IA Ratmanamulyani, and M Fitriah, ‘Fenomena Penggunaan Foto Outfit Of The Day Di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri’, *Jurnal Komunikatio*, 2.1 (2016), 3 <<https://ojs.unida.ac.id/index.php/JK/article/download/193/961>>.

liburan, tempat cafe dan lainnya. Semakin indahna tempat tersebut semakin bagus pula foto yang dihasilkan secara *aesthetic*. Saat ini para interior berlomba-lomba untuk membangun atau memperbaiki tempat wisata, tempat liburan ataupun cafe-cafe dengan desain sebgus mungkin. Tujuannya agar pengunjung tertarik dengan spot-spot foto yang telah ada. Jadi, *instagramable* berarti suatu tempat yang memiliki pemandangan yang bagus, populer dan kekinian yang layak dan pantas diabadikan di media sosial agar menarik perhatian orang lain untuk memberikan *like* ataupun *comment*.

3. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan suatu pola hidup yang dilakukan seseorang dengan memanfaatkan waktu dan uang.¹⁰ Gaya hidup biasanya diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapat seseorang. Sehingga gaya hidup dapat berpengaruh pada sikap seseorang dalam memilih pola konsumsinya. Gaya hidup diidentikkan sebagai pola seseorang dalam bertindak dan bersosial di masyarakat. Adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat juga berpengaruh pada perilaku dan gaya hidup seseorang. Secara tidak sadar masyarakat sudah terpengaruh oleh kebiasaan atau budaya global sehingga pola perilaku baru yang khas

¹⁰ Sari Listyorini, 'Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1.1 (2012), 14 <<https://media.neliti.com/media/publications/71571-ID-analisis-faktor-faktor-gaya-hidup-dan-pe.pdf>>.

merupakan sebuah langkah awal dari pembentukan gaya hidup seseorang. Gaya hidup dinilai tergantung pada penilaian dari orang lain.

4. Mahasiswa

Mahasiswa berasal dari kata “maha” yang berarti sangat, amat, teramat dan “siswa” yang berarti pelajar atau seseorang sedang menempuh pendidikan. Jadi, mahasiswa adalah seorang pelajar yang menjalani pendidikannya berada pada tingkat yang lebih tinggi meliputi sekolah tinggi, politeknik, akademik, institut, serta universitas. Mahasiswa menjadi peran penting bagi dirinya bahkan lingkungan masyarakat. Di lingkungan masyarakat, mahasiswa dituntut untuk bisa berkontribusi sebagai agen perubahan sosial.¹¹ Mahasiswa merupakan salah satu generasi penerus bangsa yang diharapkan agar mampu bersaing dan mewujudkan cita-cita negara. Mahasiswa menjadi aset yang berharga sehingga peran mahasiswa sangat penting bagi negara Indonesia. Negara memiliki harapan tinggi kepada mahasiswa agar dapat memajukan cita-cita negara dalam dunia Pendidikan. Mahasiswa juga mampu terampil baik sebagai pemimpin di dunia masyarakat maupun dunia kerja.

Mahasiswa mempunyai intelektualitas yang tinggi, berpikir secara kritis dan bertindak dengan cepat. Selain itu, mahasiswa juga menjadi penggerak yang dinamis bagi sebuah proses perkembangan zaman.

¹¹ Saibun Panjaitan and Marisi Simanungkalit, ‘Hubungan Antara Dukungan Keluarga Inti Dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa’, *Jurnal Kerusso*, 3.1 (2018), 24 <<https://jurnal.stti-surabaya.ac.id/index.php/Kerusso/article/view/89/96>>.

Sehingga mahasiswa ikut berperan aktif di era industri saat ini dengan pola pikir yang kritis supaya tidak terpengaruh oleh hal-hal negatif. Berkembangnya zaman yang semakin modern mahasiswa harus bisa menghadapi tantangan di dunia global. Adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat kehidupan masyarakat mengalami perubahan dalam berbagai aspek kehidupan. Sehingga mahasiswa harus memiliki kompetensi dan skill agar dapat membawa pengaruh dalam kemajuan perkembangan zaman.

F. Sistematika Pembahasan

Pada poin ini, peneliti akan menjelaskan gambaran umum mengenai topik penelitian. Beberapa hal yang menjadi pembahasan dan beberapa poin yang berkaitan dengan judul penelitian. Penelitian mengenai ***“Outfit Instagramable Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya”*** sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut sistematika pembahasan pada penelitian, terdiri dari:

a. Rumusan Masalah

Pada tahap rumusan masalah peneliti memaparkan beberapa poin penting yang menjadi pembahasan dalam penelitian kedepannya. Dalam penelitian ini peneliti mengangkat rumusan masalah terkait (1) Bagaimana Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memaknai *outfit instagramable*. (2) Bagaimana *outfit instagramable* digunakan sebagai ekspresi gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. (3) Apa faktor yang

mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menggunakan *outfit instagramable* sebagai gaya hidup.

b. Tujuan Penelitian

Pada tahapan ini, peneliti menjabarkan dari apa yang dimaksudkan dan yang telah menjadi tujuan dari penelitian ini.

c. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian lebih menjelaskan mengenai apa yang diperoleh dari sebuah penelitian ini. Manfaat penelitian diharapkan mampu berdampak baik untuk berbagai pihak baik untuk peneliti maupun pembaca. Dari penelitian ini diharapkan memberikan kebermanfaatan dalam bidang ilmu sosial, khususnya sosiologi.

d. Definisi Konseptual

Pada poin konseptual peneliti menjelaskan secara singkat mengenai batasan penafsiran dari redaksi judul dan hal yang akan diteliti. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahpahaman dalam mengartikan suatu istilah ilmiah bagi pembaca.

e. Kajian Pustaka

Pada poin kajian pustaka peneliti menjelaskan dengan lebih luas mengenai konsep judul penelitian secara mendalam atau sampai pada pokok pembahasannya.

f. Penelitian Terdahulu

Pada poin ini peneliti menjelaskan beberapa judul penelitian yang sudah ada sebelumnya. Namun, dijelaskan pula perbedaan dan persamaan dari penelitian sebelumnya tersebut dengan apa yang diteliti kedepan. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya preventif kesamaan judul dan adanya plagiasi dengan penelitian lainnya.

g. Kerangka Teori

Pada poin kerangka teori, peneliti menjelaskan mengenai teori yang digunakan dalam menganalisis fenomena yang diangkat dalam judul penelitian. Pada tahap ini peneliti menjelaskan keterkaitan antara judul penelitian dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Hal ini menyangkut mengapa teori tersebut dipergunakan, bagaimana keterkaitannya dan adakah sumbangsih kejelasan dari teori yang dipilih dengan judul penelitian.

h. Metode Penelitian

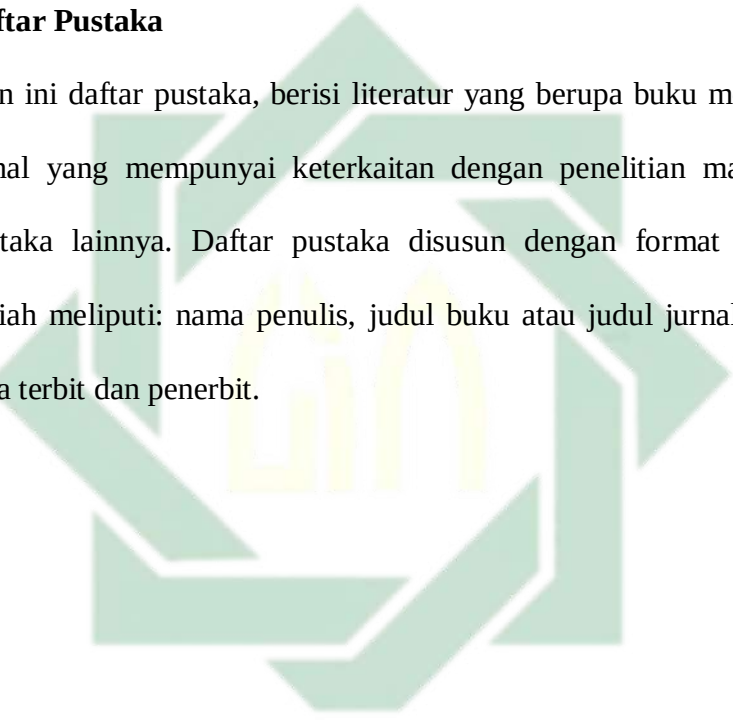
Pada poin metode penelitian, peneliti menjabarkan tata cara yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai data yang dibutuhkan dalam penelitian hingga dapat tersusun secara sistematis sesuai dengan tatanan laporan penelitian.

i. Sistematika Pembahasan

Pada poin ini berisi tentang tahapan penyusunan laporan penelitian yang sistematis. Tujuannya memudahkan pembaca mengetahui apa saja poin penting yang ada dalam penelitian.

j. Daftar Pustaka

Poin ini daftar pustaka, berisi literatur yang berupa buku mengenai judul, jurnal yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian maupun sumber pustaka lainnya. Daftar pustaka disusun dengan format sebuah karya ilmiah meliputi: nama penulis, judul buku atau judul jurnal, tahun terbit, kota terbit dan penerbit.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian yang berjudul *“Outfit Instagramable Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya”* perlu penggunaan referensi sebagai bahan komparasi atau perbandingan. Peneliti memerlukan penelitian sebelumnya untuk memperoleh suatu pandangan singkat dari apa yang akan diteliti. Ada beberapa bahan referensi penelitian sebelumnya, baik itu skripsi maupun jurnal yang masih berkaitan dengan penelitian saat ini diantaranya adalah:

1. Penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Denny Haris, Mahasiswa Prodi Sosiologi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017 dengan judul *“Gaya Hidup Kaum Urban di Tengah Arus Modernisasi (Studi di Kelurahan Kedungdoro Surabaya)”*.

Topik dalam skripsi ini membahas tentang gaya hidup masyarakat urbanisasi di Kelurahan Kedungdoro Surabaya yang diakibatkan adanya lapangan pekerjaan hingga adanya tempat hiburan di Kelurahan Kedungdoro. Mereka memenuhi gaya hidupnya dengan mengonsumsi barang-barang narkoba, melakukan kriminalitas dan lainnya. Mereka melakukan hal tersebut agar memiliki identitas dan lebih dikenal oleh kalangan masyarakat. Selain itu, berbagai iklan televisi mengenai *fashion*

yang sedang marak-maraknya di kalangan masyarakat juga berpengaruh pada kehidupan sosial di Kelurahan Kedungdoro Surabaya. Gaya hidup yang terjadi di Kelurahan Kedungdoro Surabaya seperti adanya beragam variasi model *fashion* yang dijual dimall-mall membuat masyarakat kaum urban tersebut tertarik dengan perkembangan *fashion* kekinian saat ini. Apalagi kalangan masyarakat di Kelurahan Kedungdoro lebih mengenal adanya pergaulan bebas pada para remaja. Sehingga kalangan remaja tidak terkontrol dengan adanya gaya hidup yang terjadi dilingkungan sekitarnya.

Beriringan dengan perkembangan zaman yang semakin modern tentunya berpengaruh pada kalangan masyarakat tersebut. Gaya hidup yang dialami masyarakat Kelurahan Kedungdoro Surabaya salah satunya para remaja yang baru lulus sekolah SMA. Mereka yang sedang dalam proses mencari jati diri mudah sekali terpengaruh oleh rayuan budaya barat. Masuknya budaya barat dapat mempengaruhi gaya hidup para remaja di Kelurahan Kedungdoro Surabaya. Mereka menirukan gaya penampilan seperti model-model perempuan di setiap iklan-iklan televisi seperti mengenakan pakaian terbuka didepan umum. Padahal kalangan masyarakat di Kelurahan Kedungdoro Surabaya masih terkenal dengan kesopanan dan budi luhurnya yang kerap menggunakan pakaian tradisional seperti kebaya yang bermotif batik dengan diidentikkan sebagai masyarakat jawa yang memiliki karakter yang anggun. Hal tersebut

tentunya dapat merusak nilai-nilai moral di Kelurahan Kedungdoro Surabaya.¹²

Kesamaan dengan topik yang peneliti angkat adalah dalam kedua topik pembahasan sama-sama berangkat dari gaya hidup. Namun, yang membedakan adalah penelitian tersebut berfokus pada gaya hidup kaum urbanisasi di Kelurahan Kedungdoro Surabaya seperti halnya mereka memenuhi gaya hidupnya dengan mengkonsumsi barang-barang narkoba, melakukan kriminalitas dan lainnya. Selain itu, para remaja yang baru lulus sekolah SMA dengan menirukan gaya penampilan seperti model-model perempuan di setiap iklan televisi seperti mengenakan pakaian terbuka didepan umum. Hal tersebut menyimpang dengan nilai-nilai yang berlaku di Kelurahan Kedungdoro Surabaya. Subyek yang diteliti adalah masyarakat Kelurahan Kedungdoro Surabaya. Sedangkan penelitian ini menekankan pada gaya hidup mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengenakan *outfit instagramable*. Gaya penampilan yang dikenakan seperti pakaian baju, celana, rok hingga aksesoris yang kekinian dengan bervariasi model hijab yang digunakan. Namun, gaya penampilan yang dipakai masih sesuai dengan kesopanan dan norma yang berlaku dikampus. Subyek yang diteliti adalah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

¹² Muhammad Denny Haris, 'Gaya Hidup Kaum Urban Di Tengah Arus Modernisasi (Studi Di Kelurahan Kedungdoro Surabaya)' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017).

2. Penelitian yang telah dilakukan oleh Didit Setiawan. Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2012 dengan judul ***“Gaya Hidup PUNKLUNG (Studi Kasus Pada Komunitas Punklung di Cicalengka, Bandung)”***.

Topik dalam jurnal ini membahas tentang gaya hidup *punklung* yang merupakan sebuah komunitas yang memiliki minat dan bakat yang sama. Mereka terbentuk karena, memiliki jiwa dan memahami nilai-nilai *punk* yang diperoleh dari pergaulannya sehingga terbentuklah komunitas tersebut. Komunitas *punklung* adalah sekumpulan *punker* yang mengajak masyarakatnya untuk melestarikan budaya lokal dengan main calung. Komunitas tersebut meningkatkan kembali budaya yang telah luntur agar dapat hidup kembali dengan cara melalui musik. Mereka berawal dari kepedulian kepada masyarakat kelas bawah dan kepedulian kepada budaya. Hal itu tidak terlepas dari perasaan-perasaan yang mereka alami berasal dari keluarga yang sederhana sehingga mereka mempunyai semangat untuk tumbuh bersama dengan lebih peduli terhadap masyarakat kelas bawah dan budaya lokal.

Gaya hidup *punklung* dulunya terkenal urakan, tidak terawat dengan gaya berpakaian, rambut dan tingkah lakunya yang terkesan tidak baik. Mereka melakukan potong rambut yang hanya menyisahkan bagian tengahnya biasanya disebut dengan potong mohak dengan mewarnai rambut warna yang mencolok. Selain itu, mereka juga sering minum-

minuman keras dan meninggalkan ibadahnya. Sehingga komunitas tersebut terpandang jelek dari kalangan masyarakat. Namun, setelah sepuluh tahun berdiri hal tersebut mulai dihilangkan. Saat ini komunitas *punklung* melakukan kegiatan yang berdampak positif berbeda dengan masa sebelumnya. Mereka memiliki tujuan yang positif untuk dirinya maupun orang lain. Gaya hidupnya saat ini berkumpul dengan mengenakan pakaian kaos hitam, jaket kulit, sepatu booth, rantai, kalung, gelang dan aksesoris lainnya. Gaya berpakaian yang mereka gunakan saat ini untuk menjaga *image* dikalangan masyarakat agar tidak dianggap buruk. Disisi lain, mereka sudah berubah dengan melakukan hal-hal yang baik antar anggotanya maupun masyarakat lain. Mereka mempunyai rasa solidaritas, kekeluargaan yang tinggi, dan tetap menjaga keharmonisannya agar komunitas *punklung* lebih maju kedepannya. Bahkan mereka dapat berkarya menciptakan lagu mengenai kisah komunitasnya.¹³

Kesamaan dengan topik yang peneliti angkat adalah dalam kedua topik pembahasan sama-sama berangkat dari gaya hidup. Namun, yang membedakan adalah penelitian tersebut fokus pada gaya hidup komunitas *punklung*. Komunitas tersebut menunjukkan gaya hidupnya yang saat ini dengan gaya penampilan dan kepeduliannya terhadap masyarakat kelas bawah serta kepedulian terhadap budaya lokal. Mereka berpenampilan menggunakan kaos hitam, jaket kulit, sepatu booth, rantai, kalung dan

¹³ Didit Setiawan, 'Gaya Hidup Punklung (Studi Kasus Pada Komunitas Punklung Di Cicalengka, Bandung)', *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1.2 (2012), 29 <<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip/article/view/2641/2430>>.

aksesoris lainnya. Gaya penampilan yang mereka gunakan saat ini memperkuat *image* mereka pada kalangan masyarakat agar tidak dipandang buruk terhadap masa-masa sebelumnya. Sedangkan penelitian ini menekankan pada gaya hidup mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengenakan *outfit instagramable*. Gaya penampilan yang dikenakan menunjukkan identitas yang memiliki ciri khas yang khusus dengan mengekspresikan dirinya pada orang lain agar keberadaannya terlihat di kalangan masyarakat. Subyek yang diteliti Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

3. Penelitian yang telah dilakukan oleh Ulfah Iryana, Mahasiswi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019 dengan judul ***“Gaya Hidup Syar’i (Makna Penggunaan Makeup di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)”***.

Topik dalam skripsi ini membahas tentang gaya hidup syar’i dalam mengenakan *makeup* di kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Penggunaan *makeup* juga merupakan salah satu gaya hidup seseorang. Namun pada penggunaan *makeup syar’i* ini hanya dengan mengenakan *makeup* yang terlihat natural saja dan tidak mencolok. Dengan sebutan syar’i saja diidentikkan sebagai sesuatu yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam. Hal tersebut berarti seseorang tidak diperbolehkan untuk menggunakan sesuatu yang berlebihan. *Makeup syar’i* merupakan salah satu *makeup* yang disunnahkan oleh Rasulullah seperti halnya yang

dilakukan oleh perempuan Arab dengan mengenakan celak. Perempuan Arab selalu mengenakan celak karena termasuk bagian dari budayanya. *Makeup* syar'i bertujuan demi kebaikan bukan untuk bermaksiat seperti halnya *makeup* tersebut dipergunakan ketika sedang bersama sang suami.

Makeup syar'i dilakukan oleh mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya hanya mempercantik diri agar terlihat indah. Dengan menggunakan *makeup* membuat dirinya lebih terlihat berseri serta tetap tampil cantik dan menarik. Dalam penggunaan *makeup* juga diperhatikan bahan-bahan kandungan produk *makeup* yang akan digunakan. Secara garis besar, *makeup* syar'i harus memiliki label halal karena ada ketentuan oleh agama dengan adanya bahan-bahan kandungan yang terlarang. Sebelum menggunakan *makeup* seseorang harus memperhatikan *makeup* yang dikenakan dapat digunakan untuk beribadah atau tidak. Sebab, ketika melakukan ibadah sholat seseorang harus berwudhu dengan membersihkan dirinya dari najis. Hal tersebut perlu diperhatikan *makeup* yang dikenakan dapat menghalangi masuknya air wudhu atau tidak.¹⁴

Kesamaan dengan topik yang peneliti angkat adalah dalam kedua topik pembahasan sama-sama berangkat dari gaya hidup dan subyek yang diteliti sama sama Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Namun, yang membedakan adalah penelitian tersebut fokus pada gaya hidup kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam penggunaan *makeup* syar'i.

¹⁴ Ulfah Iryana, 'Gaya Hidup Syar'I (Makna Penggunaan Makeup Di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

Makeup syar'i harus sesuai dengan ajaran Islam dengan mengenakan makeup secara tidak berlebihan hanya terlihat natural dan tidak mencolok. Mereka menggunakannya agar terlihat berseri dan tetap tampil cantik dan menarik. Namun juga harus memperhatikan bahan-bahan kandungan didalam produk tersebut. Apakah memiliki label halal dalam kandungannya sebab *makeup* syar'i ini harus memiliki kandungan yang tidak terlarang dan mudah dibersihkan agar dapat juga dipakai untuk beribadah sholat.

Sedangkan penelitian ini menekankan pada gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengenakan *outfit instagramable*. Adanya beragam model *outfit* saat ini membuat mahasiswa dalam berlomba-lomba sebagai ajang adu *outfit* penampilan. Mereka menggunakannya agar dianggap lebih eksis dan *trending*. Namun, gaya penampilan yang dipakai masih sesuai dengan kesopanan dan norma yang berlaku dikampus.

4. Penelitian yang telah dilakukan oleh Fitriyah Auliya, Mahasiswi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019 dengan judul ***“Gaya Hidup Komunitas ISU (Ikilho Scooters UIN Sunan Ampel Surabaya) Sebagai Counter Culture Modernitas”***.

Topik dalam skripsi ini membahas tentang gaya hidup komunitas Isu Ikilho Scooters UIN Sunan Ampel Surabaya) Sebagai Counter Culture

Modernitas. Gaya hidup pada komunitas tersebut dalam penggunaan motor dengan *style* transportasi yang kekinian. Scooterist diidentikkan sebagai pecinta vespa (motor tua) dengan penampilan pakaian yang mereka gunakan apa adanya. Komunitas ini muncul dilatar belakangi oleh sesama hobi pecinta motor *classic* dengan desain modifikasi menjadikan gaya alternatif menjadi gaya tanding (*counter style*). Gaya hidup komunitas ini lebih cenderung pada kebebasan dalam berekspresi. Gaya hidup yang ditampilkan seperti cara berpakaian, gaya rambut, hingga desain modifikasi motor yang dipakai. Selain itu, mereka memiliki simbol-simbol dalam komunitasnya yang dijadikan sebagai identitas berupa logo stiker yang ditempelkan pada motornya. Fungsi simbol logo tersebut memudahkan komunitas pecinta vespa lain untuk mengenalnya

Semakin banyaknya pecinta motor *classic* yang tergabung dalam komunitas tersebut. Mereka bergabung tanpa melihat status sosialnya sehingga siapa pun dapat masuk dalam komunitas ISU. Mereka tidak memandang bulu baik tua, muda, kaya, miskin, pelajar, mahasiswa, bisa bergabung menjadi satu. Dengan memiliki jiwa yang bebas, mulai terbentuknya solidaritas yang tinggi dalam komunitas tersebut. Hal tersebut menjadikan mereka untuk saling berbagi, saling membantu serta mempererat tali persaudaraan yang tinggi. Meskipun banyak yang menganggap bahwa komunitas vespa adalah sekumpulan anak-anak yang brutal, tidak terawat, kurang rapi dalam berpakaian. Namun, mereka hanya melihat dari penampilan luarnya saja. Padahal komunitas ISU memiliki

cara pandang tersendiri mengenai cara berfikirnya, cara berpakaian, hingga cara berkomunikasi. Hal tersebut yang dapat membedakan dengan komunitas lain. Mereka tidak pernah mengganggu ataupun merugikan orang lain dengan keberadaannya selama ini.¹⁵

Kesamaan dengan topik yang peneliti angkat adalah dalam kedua topik pembahasan sama-sama berangkat dari gaya hidup dan subyek yang diteliti sama sama Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Namun, yang membedakan adalah penelitian tersebut fokus pada gaya hidup komunitas ISU pecinta vespa tua. Gaya hidup komunitas ini lebih cenderung pada kebebasan dalam berekspresi seperti cara berpakaian, gaya rambut, hingga desain modifikasi motor yang dipakai. Gaya hidup yang mereka tampilkan dengan menunjukkan vespa yang digunakan.

Sedangkan penelitian ini menekankan pada gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengenakan *outfit instagramable*. Gaya penampilan yang dikenakan seperti pakaian baju, celana, rok hingga aksesoris yang kekinian dengan bervariasi model dengan perpaduan warna-warna yang unik. Memadukan warna atau model *outfit* yang dipakai agar sesuai dengan karakteristik kepribadiannya. Gaya penampilan yang dikenakan seseorang bisa menunjukkan jati dirinya yang sesuai dengan istilah-istilah gaya penampilan kekinian.

¹⁵ Ulfah Auliya, 'Gaya Hidup Komunitas Isu (Ikilho Scooters UIN Sunan Ampel Surabaya) Sebagai Counter Culture Modernitas' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

5. Penelitian yang telah dilakukan oleh Lina Maulidatus S, Mahasiswi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021 dengan judul ***“Gaya Hidup Generasi Millenial Penggemar Kopi di Coffe Shop Pitstop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik”***.

Topik dalam skripsi ini membahas tentang gaya hidup generasi millenial penggemar kopi. Kebiasaan ngopi merupakan salah satu bagian gaya hidup seseorang karena diidentikkan sebagai pola hidup yang menghabiskan waktu luang dan uang. Kopi saat ini menjadi daya tarik tersendiri oleh kalangan masyarakat Indonesia. Bagi mereka kopi tidak hanya untuk melepas dahaga, namun juga dapat menghilangkan stress serta menemani kegiatan keseharian. Seiring berkembangnya zaman kopi tidak hanya dijual di warung kopi saja namun saat ini munculnya tempat coffe shop untuk generasi millenial. Pada umumnya generasi millenial penggemar kopi tertarik dengan keberadaan coffe shop saat ini. Hal tersebut mengakibatkan beragam industri bisnis dalam hal minuman, makanan, *outfit*, alat transportasi dan lainnya.

Coffe shop pitstop kopi suci Manyar Kabupaten Gresik memiliki makna yakni tempat pemberhentian untuk menikmati kopi serta sebagai tempat beristirahat sejenak untuk memulai kegiatan kembali. Coffe shop saat ini tidak hanya dijadikan sebagai tempat ngopi saja melainkan sebagai tempat nongkrong, tempat bersantai, tempat meeting hingga mengerjakan

tugas. Coffe shop merupakan tempat warung kopi yang modern yang disajikan secara higienis dengan fasilitas yang memadai seperti *free wifi*, *live music*, ruangan ber-ac. Biasanya tempatnya didesain sebagus mungkin dan terdapat ruang indoor maupun outdoor yang tujuannya dapat menarik pengunjung. Hal tersebut membuat generasi millennial untuk selalu mengunjungi tempat-tempat tersebut. Selain menghadirkan minuman kopi, dan makanan juga dapat dijadikan sebagai spot foto di area sekitarnya. Di pitstop ini juga terdapat event-event yang diadakan seperti *workshop*, *live music*, *latte art coffe*, *meeting*, dan berkarya dengan komunitas-komunitas.¹⁶

Kesamaan dengan topik yang peneliti angkat adalah dalam kedua topik pembahasan sama-sama berangkat dari gaya hidup. Namun, yang membedakan adalah penelitian tersebut fokus pada gaya hidup para penggemar kopi. Gaya hidup tersebut melingkup pada kepribadian interaksi seseorang dengan masyarakat dalam lingkungan sosial. Gaya hidup kopi memiliki sebuah nilai atau *value* di mata masyarakat. Sehingga kopi menjadi salah satu daya tarik tersendiri yang tidak hanya dapat melepas dahaga namun juga dapat menemani kegiatan keseharian ketika mengalami kepenatan dan rasa bosan.

Subyek yang diteliti yaitu generasi millennial di coffe shop pitstop kopi suci Manyar Kabupaten Gresik. Sedangkan penelitian ini

¹⁶ Lina Maulidatus, 'Gaya Hidup Generasi Millennial Penggemar Kopi Di Coffe Shop Pitstop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021).

menekankan pada gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengenakan *outfit instagramable*. *Outfit* yang dikenakan tidak sekedar melihat nilai gunanya tetapi ditampilkan agar dirinya bisa dikenal keberadaannya oleh kalangan masyarakat. Mereka lebih sering meng-*update* gaya penampilannya karena mengutamakan gengsi daripada mementingkan kegunaan dan fungsinya. Tujuannya supaya lebih terlihat modis dan disegani oleh orang lain. Subyek yang diteliti Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

6. Penelitian yang telah dilakukan oleh Anisah Nurul Wafiyah A, Mahasiswi Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021 dengan judul ***“Gaya Hidup Nongkrong Remaja di Era New Normal Pandemi Covid-19”***.

Topik dalam skripsi ini membahas tentang gaya hidup remaja dalam aktivitas nongkrong di era new normal pandemi Covid-19. Para remaja lebih suka nongkrong dapat menghilangkan rasa bosan apalagi pada saat adanya pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 berlangsung dapat menyebabkan terganggunya aktivitas masyarakat diberhentikan seperti halnya pembelajaran hanya bisa dilakukan secara online. Hal tersebut membuat kalangan remaja merasa jenuh dan bosan dengan aktivitasnya sehari-hari di rumah. Mereka tidak dapat berkumpul dengan teman-temannya satu sama lain. Sehingga dengan alasan nongkrong dapat membuat mereka bisa berkumpul, bertukar pikiran, dan melakukan

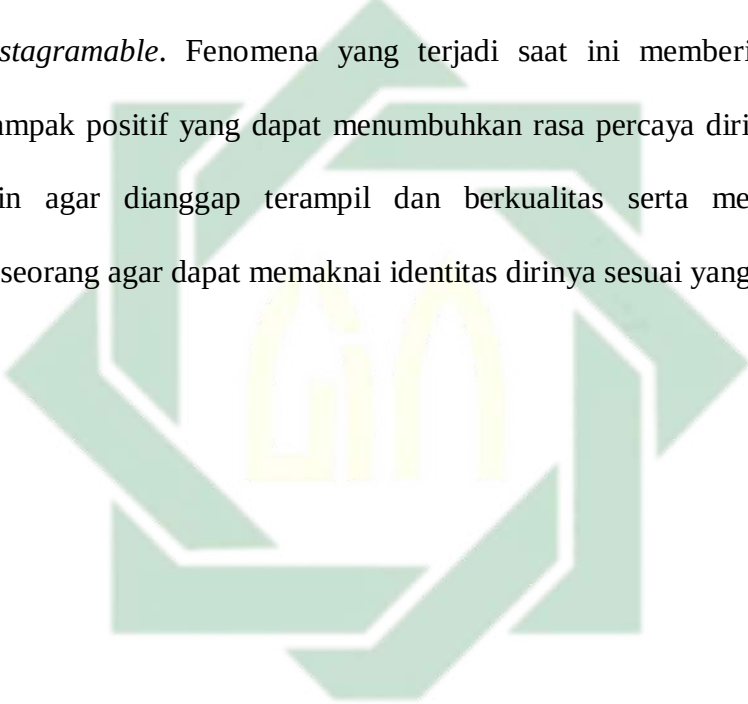
aktivitas produktif lainnya. Untuk menghilangkan rasa bosan yang dialami para remaja ketika pandemi Covid-19 mereka berupaya mencari pelampiasan seperti halnya nongkrong di cafe.

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari kebiasaan mereka ketika nongkrong. Para remaja menjadikan kebiasaan nongkrong sebagai hal yang wajib bagi dirinya. Jika mereka tidak nongkrong maka akan ada perasaan yang kurang dan hilang. Apalagi mereka mempunyai waktu kosong yang berlebihan selama pandemi Covid-19. Sehingga mereka lebih memilih menghabiskan waktunya bersama teman-temannya pada saat nongkrong daripada menghabiskan waktunya dirumah dengan keluarga. Ketika nongkrong mereka dapat membicarakan banyak hal, dapat bertukar cerita, bertukar pendapat dan mendapatkan pengetahuan baru dari teman-temannya satu sama lain. Hal tersebut membuat para remaja menghabiskan waktu luangnya dengan nongkrong di era new normal pandemi Covid-19.¹⁷

Kesamaan dengan topik yang peneliti angkat adalah dalam kedua topik pembahasan sama-sama berangkat dari gaya hidup. Namun, yang membedakan adalah penelitian tersebut fokus pada gaya hidup para remaja dalam aktivitas nongkrong di era new normal pandemi Covid-19. Pada era new normal pandemi Covid-19 menjadikan para remaja untuk menghabiskan waktunya dengan melakukan nongkrong. Gaya hidup

¹⁷ Anisah Nurul Wafiyah, 'Gaya Hidup Nongkrong Remaja Di Era New Normal Pandemi Covid-19' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021).

seseorang dapat dilihat dari kebiasaan mereka ketika nongkrong. Nongkrong juga membawa dampak positif yang dapat bertukar cerita, bertukar pendapat dan mendapatkan pengetahuan baru dari teman-temannya satu sama lain. Sedangkan penelitian ini menekankan pada gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengenakan *outfit instagramable*. Fenomena yang terjadi saat ini memberikan pengaruh dampak positif yang dapat menumbuhkan rasa percaya diri kepada orang lain agar dianggap terampil dan berkualitas serta mengubah sikap seseorang agar dapat memaknai identitas dirinya sesuai yang diharapkan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

B. Kajian Pustaka

1. *Outfit Instagramable*

Outfit instagramable merupakan pakaian kekinian yang ditampilkan dengan memiliki ciri khas yang unik ataupun *aesthetic* sehingga layak dan pantas diunggah di akun media sosial ataupun melalui instagram secara langsung. *Outfit* yang dikenakan harus sesuai dengan *trend* yang ada di instagram. Seringkali seseorang terinspirasi *outfit* yang dikenakan oleh para selebgram di akun media sosial instagram tersebut. *Instagramable* bisa dipandang dari sisi tempat wisata, tempat liburan, tempat cafe dan lainnya. Semakin indahny tempat tersebut dan dipadukan dengan *outfit* kekinian akan semakin bagus pula foto yang dihasilkan.

Outfit trend saat ini bervariasi model seperti memadukan antara warna pakaian atasan dengan pakaian bawahan hingga model hijab yang digunakan. *Outfit* yang digunakan oleh kalangan masyarakat saat ini ada berbagai istilah-istilah seperti cewek kue, cewek bumi, cewek mamba. Dari konsep *outfit* tersebut tentunya juga mengandung makna dari istilah-istilah yang digunakan. Istilah cewek kue dengan identik warna-warni mengandung makna perempuan yang ceria dan penuh semangat. Istilah cewek bumi dengan identik warna *earth tone* (hijau pupus) mengandung makna perempuan yang memiliki kesan tenang dan bijaksana. Sedangkan istilah cewek mamba dengan identik warna hitam mengandung makna perempuan yang terkesan berani.

Konsep *trend* saat ini yang beredar di media sosial telah menjadi wadah cara para remaja untuk mengekspresikan dirinya di depan publik. *Outfit* juga memiliki nilai-nilai tersendiri yang tujuannya untuk dipromosikan kepada banyak orang. Terkadang *outfit* yang dikenakan dijadikan sebagai ajang untuk bersaing dengan cara memperlihatkan pakaian yang dikenakan serta menunjukkan kualitas dari gaya hidupnya. Sehingga gaya penampilan saat ini lebih dikenal dengan istilah *instagramable*. Kalangan remaja terinspirasi *outfit instagramable* dari para selebgram pengguna instagram karena dari media sosial tersebut mereka dapat mengunggah foto ataupun konten video untuk menampilkan *outfit* yang digunakan. Apalagi didalam fitur instagram terdapat toko online shop dengan pakaian yang telah digunakan oleh para selebgram. Semakin banyak pengguna instagram, semakin banyak pula kalangan remaja untuk meniru gaya penampilannya.

2. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan bagian budaya dari pola hidup seseorang dilakukan dengan cara menghabiskan waktu dan uang mereka dalam melakukan aktivitas kesehariannya seperti bekerja, belanja, hobi, makan, liburan hingga bisnis dan masalah sosial. Gaya hidup yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok masyarakat tentu berbeda dengan lainnya. Apalagi, dari masa ke masa gaya hidup seseorang berkembang secara cepat dengan seiring berkembangnya zaman. Gaya hidup terbentuk dari

diri seseorang agar dapat memperoleh kepuasan bagi dirinya sebab seseorang tidak akan puas jika gaya hidupnya belum terpenuhi.¹⁸

Terkadang gaya hidup bukan dijadikan sebagai kebutuhan seseorang melainkan memuaskan dirinya dengan adanya pengaruh lingkungan. Mereka melakukan hal dengan mengikuti *trend* kekinian seperti sekarang lagi booming-boomingnya *outfit* yang dikenakan oleh para selebgram dengan menggunakan pakaian atasan, pakaian bawahan, aksesoris hingga model hijab kekinian. Hal tersebut dilakukan agar dirinya juga terlihat cantik dan menarik dihadapan umum. Jadi, gaya hidup merupakan suatu hal yang berpengaruh pada kepribadian seseorang ditampilkan melalui minat dan aktivitas kesehariannya. Gaya hidup tentu menguras waktu dan biaya, sebab biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi gaya hidup tidak sedikit. Masyarakat saat ini lebih memilih memenuhi gaya hidupnya tanpa melihat fungsi dan kegunaannya karena pola hidup seseorang dapat membuat kesenangan tersendiri bagi dirinya.

3. *Outfit Instagramable* Sebagai Gaya Hidup

Outfit Instagramable sebagai gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang ditampilkan melalui gaya penampilannya yang dipakai sehari-hari dengan tujuan agar menjadi sorotan publik apabila dibagikan di media sosial. Cara penampilan mereka yang telah diekspos di media sosial

¹⁸ Jushermi, 'Analisis Segmentasi Gaya Hidup Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau', *Jurnal Ekonomi*, 21.1 (2013) <<https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/1762/1733>>.

biasanya terlihat *aesthetic* atau *instagramable*. Gaya berpakaian saat ini dianggap sebagai bahan penilaian awal seseorang karena orang lain akan menilai dirinya dengan melihat *outfit* yang dipakainya. *Outfit* dijadikan sebagai penampilan dengan cara mengekspresikan diri seseorang. Dikalangan masyarakat gaya berpakaian merupakan sesuatu yang penting dalam hidup mereka untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya.

Outfit yang dikenakan para remaja saat ini seperti pakaian baju, celana, rok hingga aksesoris yang kekinian dengan bervariasi model dengan perpaduan warna-warna yang unik. Para remaja menggunakan *outfit* dengan cara memadukan pakaian atasan, pakaian bawahan hingga model hijab kekinian. Mereka hanya saja memadukan warna atau model *outfit* yang dipakai agar sesuai dengan karakteristik kepribadiannya. Kepribadian seseorang menunjukkan suatu identitas yang memiliki ciri khas yang khusus. Hal tersebut tentu melahirkan nilai gaya penampilan bagi mereka. Sesuai dengan *outfit* yang dikenakan seseorang akan berani tampil berbeda dan berani dalam menunjukkan jati dirinya sesuai passion mereka masing-masing. Gaya hidup jika dikaitkan dengan pengguna *outfit instagramable*, secara tidak sadar mereka akan melakukan perilaku konsumtif. Mereka akan meng-*update* gaya pakaiannya lebih sering dengan menggunakan barang-barang kekinian sehingga cenderung menimbulkan gaya hidup yang berlebihan. Tujuan mereka melakukan hal tersebut supaya lebih terlihat modis dan disegani oleh orang lain. Pada umumnya, generasi millennial lebih meninggikan gaya hidupnya agar

terlihat dikenal keberadaannya dan tampil cantik dan menarik dihadapan lingkungan sekitar maupun media sosial.

C. Kerangka Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat konsumsi dan hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Baudrillard merupakan tokoh sosiolog postmodern yang memiliki buku berjudul *“The Consumer Society: Myths and Structures”*. Menurut Baudrillard bahwasannya masyarakat konsumsi dan hiperrealitas saat ini dilihat dari gejala globalisasi dengan beriringan perkembangan zaman yang semakin modern. Masyarakat konsumsi merupakan seseorang yang mengkonsumsi barang ataupun jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. Masyarakat saat ini menggunakan barang dan jasa tidak sesuai dengan kebutuhan kesehariannya, tetapi lebih mementingkan tanda dan simbol yang ada pada barang dan jasa tersebut. Hal tersebut dikonsumsi oleh masyarakat hanya berdasarkan pada nilai dan citra produk.

Adanya para kapitalisme memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga para kapitalisme telah memproduksi barang dan jasa dengan cara yang mudah dan instan. Produk yang dihasilkan tujuannya dapat memanjakan individu agar mudah untuk didapatkan dan digunakan serba instan. Kebutuhan yang dikonsumsi membuat kesenangan tersendiri bagi seseorang. Menurut Baudrillard, masyarakat konsumsi menimbulkan seseorang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan.

Hal tersebut secara tidak sadar membuat seseorang untuk terbiasa melakukannya.¹⁹ Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga mempengaruhi pola pikir seseorang untuk berperilaku konsumtif. Saat ini pola pikir masyarakat tidak berdasarkan pada nilai guna tetapi hadir nilai baru yaitu nilai simbol. Jadi, seseorang mengkonsumsi barang dan jasa tidak didasarkan atas nilai guna melainkan nilai simbol didalamnya. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan konsumen didapatkan dari keunggulan produk yang ditawarkan. Produk tersebut ditawarkan biasanya melalui iklan atau sponsor di media sosial dan media elektronik sehingga ada simbol tersendiri untuk dijadikan sebagai gaya hidup yang mewah ketika digunakan.

Menurut Baudrillard masyarakat konsumen dianggap “ada” karena dengan mengkonsumsi barang dan jasa tersebut akan dikenal keberadaannya.²⁰ Masyarakat konsumen dapat dilihat melalui produk yang dikonsumsi sehingga mereka lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhan tanpa melihat kegunaan dan fungsi yang dikonsumsi. Hubungan teori masyarakat konsumsi dengan judul yang diangkat oleh peneliti yaitu fenomena yang terjadi saat ini membuat seseorang mengkonsumsi barang dan jasa tanpa melihat nilai gunanya sehingga seseorang membeli pakaian tanpa melihat nilai fungsinya meskipun pakaian merupakan kebutuhan pokok selain makan dan tempat tinggal yang harus terpenuhi. Namun, ketika seseorang sadar melakukan

¹⁹ Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial* (Depok: Rajawali Pers, 2018).

²⁰ Nirzani and Indra Setia Bakti, ‘Konsumerisme Dalam Perspekti Jean Baudrillard’, *Jurnal Sosiologi*, 13.2 (2019), 150
<https://www.researchgate.net/publication/343102896_Konsumerisme_dalam_Perspektif_Jean_Baudrillard/link/606dcbb04585150fe98fb89e/download>.

perilaku konsumtif. Tentunya mereka akan meng-*update* gaya pakaiannya lebih sering dengan menggunakan barang-barang kekinian dan terbaru, sehingga cenderung menimbulkan gaya hidup yang berlebihan. Hal tersebut membuat seseorang lebih menampilkan gaya penampilannya daripada kegunaan dari pakaian.

Hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard bahwasannya berfokus pada dunia nyata dan maya. Masyarakat dapat mengubah perilakunya tidak hanya di dunia nyata melainkan dunia maya pun juga bisa melalui ekspresi gaya hidupnya yang ditampilkan di media sosial yakni akun instagram yang dimiliki. Tujuan hiperrealitas untuk menjelaskan perekrayaan makna bahwasannya dalam dunia nyata dan dunia maya tidak dapat dibedakan antara kebenaran dan kepalsuan antara isu dan realitas yang ada.²¹ Hubungan teori hiperrealitas dengan judul yang diangkat peneliti adalah Mahasiswa yang mengikuti *trend outfit* saat ini telah mengubah sikap atau perilaku yang ada di dunia nyata maupun dunia maya. Melalui dunia maya seperti akun instagram yang dimiliki telah mengubah dirinya menjadi lebih baik dengan menirukan gaya penampilan para selebgram dan melakukan edit foto dengan tujuan menarik perhatian agar tertarik dengan hasil foto yang di unggah. Hal tersebut menjadikan seseorang saat ini menjadi hiperrealitas bukan lagi realitas.

Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern menimbulkan rasa ketertarikan tersendiri bagi masyarakat agar dapat melakukan adanya

²¹ Dwi Yanti Astuti, 'Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiperrealitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media Di Cyberspace', *Komunikasi Profetik*, 08.02 (2015), 19 <<https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/download/1084/988>>.

trend outfit saat ini. *Outfit* saat ini tidak hanya digunakan sebagai penampilan saja melainkan sebagai gaya hidup keseharian. Gaya berpakaian sekarang dianggap sebagai bahan penilaian awal seseorang karena seseorang akan menilai dirinya dengan melihat *outfit* yang dipakai. Disisi lain, *outfit* dijadikan sebagai penampilan dengan cara mengekspresikan diri seseorang baik di dunia nyata maupun dunia maya. Konsep *trend* saat ini yang beredar di media sosial telah menjadi wadah cara para remaja untuk mengekspresikan dirinya di depan publik. Penampilan luar dianggap suatu hal dari segalanya, sehingga *outfit* lebih penting daripada kebutuhan keseharian lainnya.

Outfit juga memiliki nilai-nilai tersendiri yang tujuannya untuk dipromosikan kepada banyak orang. Terkadang *outfit* yang dikenakan dijadikan sebagai ajang untuk bersaing dengan cara memperlihatkan cara berpakaian terkini dan membuktikan kualitas dari gaya hidup seseorang seperti halnya istilah-istilah *outfit* seperti cewe mamba, bumi, kue yang mengandung makna-makna tertentu belum tentu sesuai dengan perilaku yang ada pada dirinya. Bahkan di dunia maya tujuannya hanya agar dianggap lebih eksis dan modern seperti para selebgram. Tidak jarang jika media sosial saat ini merupakan media yang penuh kepalsuan sebab yang ditampilkan di dunia nyata dan dunia maya terkadang jauh berbeda dengan realitasnya. Hal tersebut berkaitan dengan teori Jean Baudrillard bahwasannya *outfit* dijadikan sebagai gaya hidup tidak terlepas dari masyarakat konsumsi dan hiperrealitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai data yang dibutuhkan dalam penelitian, adapun dalam metode penelitian meliputi hal-hal berikut:

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian yang berjudul *“Outfit Instagramable Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya”* menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif lebih cenderung menjelaskan apa yang didapatkan dalam lapangan. Realitanya kejadian dan masalah bisa dipahami oleh peneliti dengan menggali data secara mendalam. Sehingga metode kualitatif ini memiliki keunggulan tersendiri yang bercirikan kedalamannya. Tentunya lebih cenderung pada masalah kehidupan sosial yang sesuai dengan kenyatannya. Intensitas peneliti mencirikhasan pada metode kualitatif, sekaligus sebagai faktor unggulannya.²²

Menggunakan metode penelitian kualitatif tujuannya mempermudah peneliti untuk mendapatkan data secara langsung dari subyek atau informan di suatu wilayah dengan menyesuaikan diri dengan kondisi sosial dan hasil penelitian diperoleh secara aktual, kompleks dan terperinci. Peneliti dapat

²² J Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2018).

mengumpulkan data menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam mengenai sikap atau perilaku seseorang dalam mengenakan *outfit* sebagai ekspresi gaya hidup kesehariannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Kajian fenomenologi adalah suatu perspektif yang fokus terhadap pengetahuan dari individu masing-masing dan interpretasi dunia. Fenomenologi artinya sebagai metode dalam mencari makna-makna secara mendalam agar membentuk suatu fenomena melalui observasi dan analisis. Jadi, fenomenologi merupakan studi yang berorientasi guna menghasilkan penjelasan dari realitas yang tampak.²³ Peneliti membutuhkan pengumpulan data dari informan berupa wawancara. Disini peneliti menggunakan teknik wawancara secara langsung tatap muka dengan informan agar mendapatkan sebuah informasi secara mendalam mengenai masalah yang diteliti dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan dijawab oleh informan secara langsung.

B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian berlokasi di Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini berlangsung selama 3 bulan dimulai sejak bulan November hingga Januari. Dalam kurun waktu tersebut peneliti melakukan berbagai observasi agar dapat mengetahui dan memahami fenomena yang riil terjadi di lapangan. Selain itu, melakukan wawancara dan pengamatan lapangan

²³ Isa Anshori, 'State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial', *Islamic Education Journal*, 2.2 (2018), 170
<<https://halaqa.umsida.ac.id/index.php/halaqa/article/view/1554/1728>>.

berdasarkan sikap dan perilaku Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap penampilan *outfit* yang dikenakan sehari-hari.

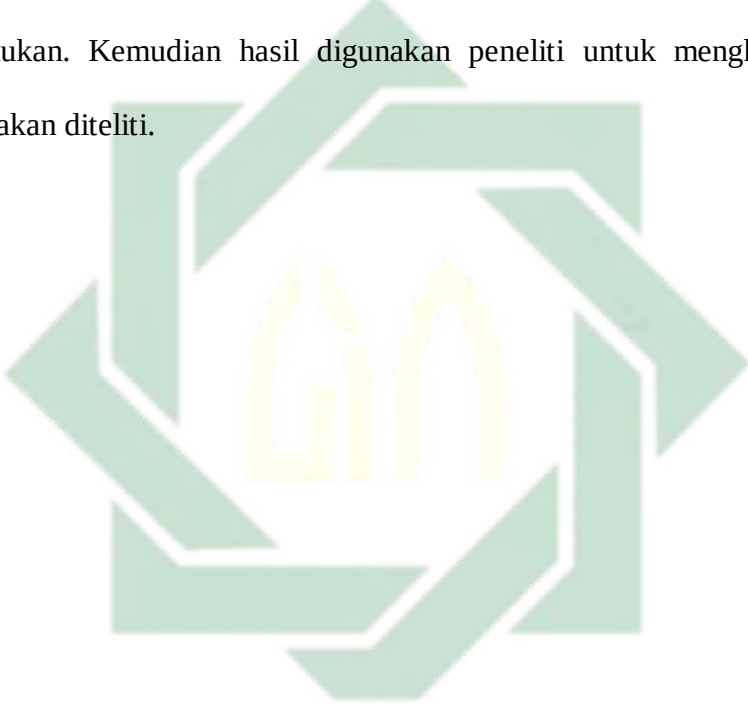
C. Pemilihan Subyek Penelitian

Subyek penelitian ditentukan secara *purposive sampling* yakni mahasiswa dan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya penggemar *outfit instagramable* dan pengguna instagram berdasarkan rumpun keilmuan mahasiswa-mahasiswi seperti pendidikan, sosial, ekonomi dan lainnya. Peneliti memilih mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dijadikan sebagai subyek penelitian karena mereka sudah mengikuti *trend outfit instagramable* dengan berpakaian yang sopan dan lebih cenderung mengutamakan etika dan norma yang berlaku di kampus tersebut. Meskipun berlabel kampus Islam tidak menutup kemungkinan kampus tersebut melarang gaya penampilan Mahasiswanya dalam pakaian yang dikenakan.

Peneliti juga menginginkan suatu kebaruan, maka proses observasi pun juga dapat dilakukan melalui akun instagram yang dimiliki maupun tampilan mereka sehari-hari. Cara penampilan yang dilakukan mereka dalam mengekspresikan dirinya melalui media sosialnya yaitu akun instagram, karena dengan adanya media sosial mereka dapat leluasa untuk menampilkan *outfit* yang dipakai sebagai ekspresi gaya hidupnya.

Subyek penelitian berperan sebagai informan dalam penggalian data secara mendalam agar memperoleh reliabilitas data. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan data sampel sumber data dengan

pertimbangan atau memiliki ciri khas tertentu seperti halnya orang tersebut dianggap paling tahu apa yang peneliti harapkan.²⁴ Jadi, penentuan sampel pada penelitian kualitatif dapat dilakukan ketika peneliti turun lapangan secara langsung dengan memilih orang tersebut yang sesuai dengan kriteria informan yang akan diteliti dengan tujuan agar memberikan data atau informasi yang diperlukan. Kemudian hasil digunakan peneliti untuk mengkaji fenomena yang akan diteliti.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

²⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Al-Fabeta, 2008).

Tabel 3.1

Tabel Data Informan

NO	NAMA	PRODI	FAKULTAS	SEMESTER
1	Rima Nurul Hidayah	Sosiologi	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	7
2	Ayu Ika Lestari	Ekonomi Syariah	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	7
3	Mareta Adinda	Ilmu Komunikasi	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	7
4	Wynona Candra Arirayani	Ilmu Ekonomi	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	7
5	Mia Dwi Amalia	Ilmu Komunikasi	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	7
6	Lailatul Nikmah	Sosiologi	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	7
7	Indy Ufaul Fadiyah	Pendidikan Bahasa Inggris	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	7
8	Zafira	Ilmu Komunikasi	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	7
9	Achmad Hadyul Mubarak Lubis	Sosiologi	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	7
10	Zulfikar	Ilmu Hukum	Fakultas Syariah dan Hukum	8
11	Bagas Dwi P.	Ilmu Komunikasi	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	8

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian terdapat dua yakni kualitatif dan kuantitatif.

Kualitatif berupa narasi, uraian, bagan, gambar dan lainnya. Data kualitatif

dilakukan dengan mengamati secara langsung dan data yang dihasilkan bersifat deskriptif seperti kata-kata tertulis atau lisan dari informan atau narasumber yang telah diamati yang tujuannya untuk mendapatkan data secara lengkap dan efisien.²⁵ Sehingga berupa data deskriptif dan analitis dan temuan datanya tidak menggunakan hitungan angka atau data statistik melainkan pengumpulan datanya melalui informasi dari informan atau narasumber dan lainnya agar data yang dilaporkan terpapar secara rinci.²⁶ Sedangkan kuantitatif berupa angka, statistika, presentase (%). Data yang diperoleh dapat dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner.²⁷

Sumber data terdapat dua yakni sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari data lapangan dan sumber subyek atau obyek penelitian yang dilakukan. Sedangkan sumber data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari orang lain atau secara tidak langsung melalui perantara pihak lain.²⁸ Sumber data sekunder bisa diperoleh dari sumber lainnya seperti artikel, jurnal dan situs internet lainnya.

²⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018).

²⁶ Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis* (Yogyakarta: Suaka Media, 2015).

²⁷ Syahrurum and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012).

²⁸ Agung Widhi Kurniawan and Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016).

E. Tahap-Tahap Penelitian

Pada penelitian ini peneliti memiliki tiga tahapan yang dilakukan sebelum pengambilan data. Tahapan-tahapan yang dilakukan tersebut antara lain²⁹:

a. Tahap Persiapan (Pra- Lapangan)

Pada tahap pra-lapangan merupakan tahapan orientasi atau pengenalan dalam melakukan penelitian. Pada tahap ini meliputi penyusunan rancangan penelitian yakni dengan melakukan perizinan prosedural dengan pihak informan dalam melakukan wawancara. Peneliti juga membuat beberapa pertanyaan yang akan diajukan sebagai proses penggalan data. Peneliti dengan tetap mengedepankan nilai etika dan sopan santun terhadap informan.

b. Tahap Lapangan

Setelah mempersiapkan segala aspek pada tahap pra-lapangan, peneliti mulai melaksanakan dan terjun ke lokasi yang tuju sebagai tempat penelitian. Langkah pertama yang dilakukan dengan cara peneliti turun ke lapangan melakukan observasi, wawancara serta dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati waktu yang cocok dilakukannya penggalan data, setelah itu melakukan wawancara untuk mendapatkan data dan dokumentasi sebagai data pendukung. Proses pengamatan dilakukan

²⁹ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacanna Media, 2012).

dengan melihat bagaimana cara berpakaian Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengikuti *trend outfit* saat ini serta bagaimana *outfit instagramable* digunakan sebagai ekspresi gaya hidupnya. Peneliti juga dapat melakukan wawancara secara langsung ataupun melalui media online seperti whatsapp dan panggilan telepon. Hal tersebut dilakukan atas kenyamanan informan.

c. Tahap Penulisan Laporan

Tahap terakhir yakni penulisan laporan, peneliti mulai menyusun laporan dengan memaparkan hasil data yang telah di dapatkan di lapangan. Beberapa sub pembahasan peneliti menganalisis data dengan suatu pendekatan teori yang relevan dengan topik atau judul penelitian. Penulisan laporan penelitian tetap sesuai dengan data yang diperoleh dari informan atau narasumber sehingga tidak menambahi ataupun mengurangi jawaban dari informan. Informasi ditulis dengan menggunakan kata ilmiah dan tetap memperhatikan unsur aktual dan jelas mudah difahami oleh pembaca. Pada saat penulisan penelitian ini tetap disesuaikan dengan sistematika atau kaidah penulisan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan perangkat penting dalam mengolah data hingga menjadi laporan yang baik. Teknik pengumpulan data sangat penting digunakan dalam proses melakukan penelitian sebab tujuan utamanya agar mendapatkan data yang jelas dan dapat

dipertanggungjawabkan. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data agar mendapatkan data secara valid dan memenuhi standar data yang ditetapkan.³⁰

Hal ini dilakukan dengan beberapa tahapan dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi (Pengamatan)

Teknik pengumpulan data secara observasi berkaitan dengan perilaku yang dilakukan secara intens untuk mengetahui kondisi sosial dan interaksi masyarakat didalamnya. Observasi dilakukan dengan melihat fenomena secara langsung di lokasi yang dituju atau subyek yang diteliti.³¹ Peneliti melakukan aksinya dengan terjun ke lapangan dan mengamati secara langsung baik terhadap akun instagram yang dimiliki maupun tampilan sehari-hari yakni cara berpakaian Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengikuti *trend outfit* saat ini serta bagaimana *outfit instagramable* digunakan sebagai ekspresi gaya hidupnya dilihat dari sisi dunia nyata maupun dunia maya.

Dari sinilah yang kemudian mendapatkan gambaran singkat mengenai proses interaksi yang dilakukan. Setelah melakukan tahapan observasi kemudian peneliti melakukan wawancara kepada subyek penelitian agar memperoleh informasi dan data secara mendalam.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Al-Fabeta, 2005).

³¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

b. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan jenis kelamin dan prodi masing-masing. Wawancara dilakukan dengan cara proses tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti dengan informan secara langsung (tatap muka) maupun melalui media *online* dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan sesuai dengan topik yang diteliti guna menggali data dengan jelas. Pada teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara tujuannya agar mendapatkan data yang akurat dan valid sesuai dengan topik penelitian. Sehingga peneliti akan mendapatkan data yang akurat dan valid berasal dari informan ataupun narasumber yang sudah dipilih. Serta menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan berupa daftar pertanyaan yang sesuai dengan topik penelitian tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang didapat berupa gambar, rekaman suara, *voice recording*, buku catatan, majalah, surat kabar dan lainnya. Alat-alat yang dapat dijadikan sebagai bukti dokumentasi penelitian sebagaimana peneliti telah melakukan penelitian secara langsung kepada informan agar dapat terekam dengan baik yang dapat dijadikan sebagai data pendukung penelitian. Tujuannya sebagai bukti data yang didapat secara valid serta peneliti memang benar adanya terjun ke lapangan tanpa rekayasa sedikitpun. Sehingga dengan adanya dokumentasi dapat dijadikan sebagai

keabsahan atau bukti data yang didapat dari beberapa informan. Bukti yang dapat dijadikan pelengkap data pada penelitian ini seperti dokumentasi pada saat melakukan proses wawancara ataupun observasi dengan Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya serta bukti dokumentasi media sosial akun instagram yang digunakan sebagai ekspresi gaya hidup.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data merupakan suatu cara yang sistematis dalam suatu penelitian dan penataan data wawancara, catatan lapangan serta bahan materi yang akan di presentasikan ke orang lain tujuannya agar mempermudah penyajian data dan menambah pemahaman.³² Setelah mengumpulkan data yang diperoleh, langkah selanjutnya peneliti lakukan adalah mengurutkan data ke dalam pola yang sesuai topik penelitian yakni ***“Outfit instagramable Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya”***. Peneliti lebih fokus pada pendapat dan tanggapan mereka tentang fenomena tersebut. Adapun tahapan untuk melakukan analisis data, yaitu³³:

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu sebuah proses pemilahan data dalam penelitian. Pada tahap ini fokus pada penyederhanaan hal-hal pokok yang diperoleh dari data wawancara dan data hasil di lapangan. Reduksi data tujuannya

³² Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011).

³³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015).

memudahkan peneliti saat proses pemahaman informasi dan data yang telah terkumpul. Data yang terkumpul didapatkan melalui hasil pengamatan di lapangan seperti observasi, wawancara dan dokumentasi.

b. Penyajian Data

Langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data ini ialah proses mencantumkan hasil data mengenai sekumpulan informasi yang telah diperoleh. Proses menyajikan data penyusunannya dilakukan dengan sistematis hingga sampai pada tahap akhir. Proses menyajikan hasil data dilakukan dengan cara mendeskripsikan penggambaran mengenai *Outfit Instagramable* Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Pada analisis kualitatif peneliti dapat menarik kesimpulan dari berbagai data lapangan yang telah dipaparkan.³⁴ Kesimpulan tujuannya untuk memberikan sebuah ringkasan dari seluruh data yang diperoleh. Sehingga, penarikan kesimpulan membutuhkan bukti-bukti yang valid dari data-data yang ditemukan di lokasi penelitian guna menemukan suatu informasi dan pengetahuan.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2011.

H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan

Teknik pemeriksaan keabsahan merupakan suatu proses pengecekan kembali data atau informasi yang telah dipaparkan agar data yang dianalisis memiliki tingkat kepercayaan tinggi. Teknik pemeriksaan keabsahan dapat menggunakan cara triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menggabungkan antara teknik pengumpulan data dengan sumber data yang telah ada. Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dengan beberapa subyek penelitian. Sehingga dapat membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil pengamatan, membandingkan hasil pendapat informan dengan pendapat secara pribadi, membandingkan pendapat informan mengenai kondisi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumentasi yang berkaitan.³⁵

Teknik tersebut tujuannya agar dapat memeriksa keabsahan data dengan cara pengecekan ataupun pembandingan data yang didapat dengan hal-hal data diluar topik penelitian, sehingga pemeriksaan keabsahan data bertujuan agar data tersebut valid dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

³⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018).

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya terdiri dari perempuan dan laki-laki yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Subjek penelitian dari mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang dikategorikan pada usia 22 hingga 23 tahun. Penelitian ini, yang digunakan adalah 11 (sebelas) mahasiswa terdiri dari perempuan dan laki-laki. Profil mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang dipilih dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan kategori, yaitu: jenis kelamin, asal fakultas, program studi, semester hingga tingkat kecenderungan pengguna *outfit instagramable*.

Peneliti mencari kategori mahasiswa tersebut dari kedua kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yakni kampus 1 berlokasi di Jl. Ahmad Yani Kelurahan Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo No. 117, Surabaya dan kampus 2 berlokasi di Kelurahan Gunung Anyar, Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya. Mahasiswa dari beberapa program studi dan fakultas dipilih dan dijadikan sebagai subjek penelitian yang mereka ikuti dalam *trend outfit instagramable* untuk berperan sebagai informan dalam penggalan data. Dari beberapa fakultas yang ada di kampus UIN Sunan

Ampel Surabaya yakni: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.

2. Profil Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Penelitian ini berlokasi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan perguruan tinggi yang berbasis keagamaan dan salah satu kampus keagamaan Islam Negeri yang berada di Kota Surabaya. Kampus UINSA memiliki 2 kompleks kampus dengan alamat yang berbeda. Kampus 1 berlokasi di Jl. Ahmad Yani Kelurahan Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo No. 117, Surabaya dan kampus 2 berlokasi di Kelurahan Gunung Anyar, Kecamatan Gunung Anyar, Surabaya.



Gambar 4.1 Kampus 1 UIN Sunan Ampel Surabaya

Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya dicetuskan pada mulanya dari tokoh Walisongo yang menyebarkan budaya agama Islam di

Indonesia sehingga nama kampus UIN Sunan Ampel terinspirasi dari salah satu nama tokoh agama yaitu wali Sunan Ampel. Tokoh agama tersebut telah melakukan penyebaran budaya Islam di Pulau Jawa, salah satunya di Surabaya sehingga kampus UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan bagian dari nama salah satu tokoh Agama tersebut. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya telah diresmikan pada tanggal 1 Oktober 2013 melalui Perpres No. 65 tahun 2013 yang pada mulanya kampus ini masih dengan status kelembagaan IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Sunan Ampel telah resmi menjadi UIN (Universitas Islam Negeri) Sunan Ampel Surabaya. IAIN Sunan Ampel adalah nama sebelum diganti menjadi UINSA Surabaya yang telah berdiri sejak tahun 1965.

Awal mulanya status kelembagaan IAIN telah berubah menjadi UIN karena telah menjadi suatu agen perubahan dengan adanya kombinasi antara ilmu-ilmu Islam dengan ilmu lainnya. Sehingga berubahnya UIN telah menjadi salah satu pengaruh dari perubahan tersebut untuk direalisasikannya program studi ilmu lainnya atau umum. Gedung UINSA terdapat 2 gedung kembar yang menjulang tinggi biasa disebut dengan *twin tower*. Simbol tersebut melambangkan bahwasannya menyamaratakan terbentuknya antara pendidikan berbasis keagamaan Islam dengan pendidikan umum.

Logo yang digunakan oleh UINSA diambil dari Sembilan sudut yang merupakan dari jumlah Walisongo. Logo UINSA berjumlah 9 sudut

yang terbentuk dari gabungan persegi dengan persegi lima yang saling mengikat menggambarkan Bhineka Tunggal Ika berarti menghargai keberagaman. Dua simbol ditengah yang menjulang tinggi yaitu *twin tower* berarti saling berkaitan yang satu dengan yang lain antara kehidupan dunia dan kehidupan akhirat. Simbol *twin tower* berwarna emas melambangkan kejayaan dan warna dasar pada logo UINSA yaitu berwarna hijau yang berarti kehidupan.³⁶

Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya terdapat 9 fakultas dan memiliki berbagai progam studi. Kampus 1 UINSA terdapat 5 fakultas yang merupakan kampus yang berbasis program studi Islam seperti:

1. Fakultas Syariah dan Hukum terdiri dari program studi: hukum keluarga Islam, hukum ekonomi syariah, hukum pidana Islam, hukum tata negara, perbandingan mazhab. Ilmu hukum, ilmu falak.
2. Fakultas Dakwah dan Komunikasi terdiri dari program studi: ilmu komunikasi, manajemen dakwah, komunikasi dan penyiaran Islam, bimbingan dan konseling Islam.
3. Fakultas Tarbiyah dan Keagamaan terdiri dari program studi: pendidikan agama Islam, pendidikan bahasa arab, pendidikan bahasa inggris, pendidikan matematika, pendidikan Islam anak usia dini, pendidikan guru madrasah ibtidaiah, pendidikan ilmu pengetahuan alam, manajemen pendidikan Islam.

³⁶ Sukaenah, 'Pesan Dakwah Logo Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya', 2022 <https://digilib.uinsa.ac.id/53590/2/Sukaenah_B71218084.pdf>.

4. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat terdiri dari program studi: ilmu Al-Qur'an dan tafsir, ilmu hadits, pemikiran politik Islam, tasawuf dan psikoterapi, studi agama, aqidah dan filsafat Islam.
5. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri dari program studi: ekonomi syariah, akuntansi, manajemen, ilmu ekonomi, manajemen zakat dan wakaf.

Sedangkan kampus 2 UINSA terdapat 4 fakultas yang merupakan program studi umum seperti:

1. Fakultas Psikologi dan Kesehatan terdiri dari program studi: psikologi dan gizi.
2. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terdiri dari program studi: Sosiologi, Ilmu Politik, Hubungan Internasional.
3. Fakultas Sains dan Teknologi terdiri dari program studi: teknik sipil, teknik lingkungan, sistem informasi, arsitektur, biologi, matematika, ilmu kelautan.
4. Fakultas Adab dan Humaniora terdiri dari program studi: bahasa dan sastra arab, sastra inggris, sastra Indonesia, sejarah peradaban Islam.



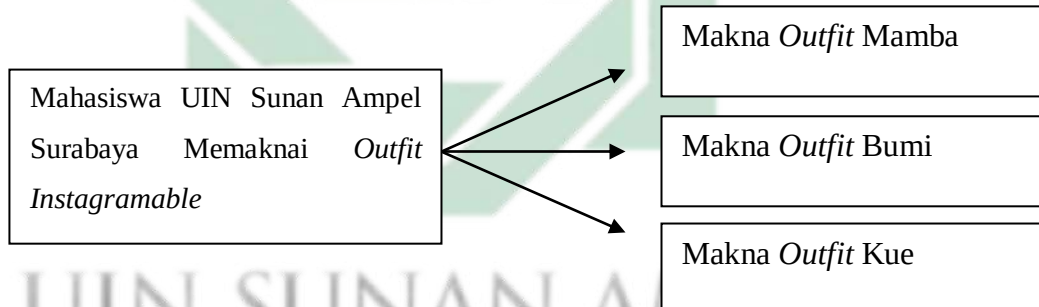
Gambar 4.2 Kampus 2 UIN Sunan Ampel Surabaya

Kampus 2 UIN Sunan Ampel Surabaya telah diresmikan pada tanggal 14 November 2022 oleh Menteri Agama RI yaitu Yaqut Cholil. Pada periode 2022-2026 UIN Sunan Ampel Surabaya dipimpin oleh rektor Prof Akh. Muzakki, M.Ag., Grad.Dip.SEA., M.Phil., Ph.D. Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya telah menduduki akreditasi peringkat “A” yang berarti kampus tersebut termasuk kategori baik.

Universitas Islam Negeri menerapkan pendidikan perguruan tinggi dengan mengoperasikan standar bertaraf Internasional sesuai dengan Visi Misi UIN Sunan Ampel Surabaya. Visi yang diterapkan yaitu “Menjadi Universitas Islam yang unggul dan kompetitif bertaraf Internasional”. Sedangkan Misi yang diterapkan yaitu “mengembangkan pendidikan ilmu keislaman multidisipliner dan sains dan teknologi, memajukan pola pemberdayaan masyarakat dan strategi pengarusutamaan gender dalam penelitian dan pengabdian.

B. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Memaknai *Outfit Instagramable*

Ada 3 makna *outfit instagramable* yang diberikan oleh mahasiswa yakni makna *outfit* mamba, bumi, dan kue. Mahasiswa menganggap *outfit* salah satu bentuk personal branding untuk mempunyai karakter yang menjadi sebuah identitas pada dirinya. *Outfit Instagramable* terdapat istilah-istilah yang dikenal seperti cewek kue, cewek bumi, dan cewek mamba. Tidak hanya perempuan saja, laki-laki juga dapat menggunakan *outfit* kekinian seperti istilah-istilah tersebut. Dari konsep *outfit* tersebut tentunya mengandung makna dari istilah-istilah yang digunakan dan didukung dengan hasil observasi dan wawancara.



1. Makna *Outfit Mamba*



Gambar 4.3 Outfit Cewek dan Cowok Mamba

Istilah *outfit* mamba identik dengan gaya berpakaian serba warna hitam dan hanya dapat memadukan satu warna saja seperti halnya memadukan kemeja hitam dengan celana hitam, kaos hitam dengan blazer hitam hingga hijab atau sepatu yang dikenakan juga dipadukan dengan warna hitam. Istilah *outfit* mamba mengandung makna perempuan dan laki-laki yang terkesan berani, mandiri, keren dan *masculine*. Dengan adanya perpaduan warna yang netral dan membuat seseorang lebih percaya diri sehingga mereka dapat menampilkan *style outfit* dengan penuh keberanian dihadapan umum. Kesan istilah *outfit* mamba membuat seseorang lebih percaya diri dalam mengenakan baju yang dikenakan.

Sebagian para perempuan hingga laki-laki lebih menyukai berpenampilan warna hitam ini karena baginya warna hitam adalah warna yang netral sehingga mudah untuk dipadukan dengan segala jenis *outfit* mulai dari formal hingga *casual* atau *outfit* keseharian. Berbeda dengan warna populer lainnya seperti ungu, pink, hijau pupus, *orange*, kuning hanya menjadi warna trend saat ini. Tetapi untuk warna hitam selalu tetap terlihat *trendy* setiap saat dengan jenis *outfit* yang dikenakan. *Outfit* mamba hanya disukai bagi seseorang yang menyukai warna-warna netral sehingga tidak menyukai warna-warna yang begitu terlalu mencolok. Seperti halnya yang dipaparkan oleh: Rima Nurul Hidayah, Mahasiswi Prodi Sosiologi terkait makna *outfit* yang dikenakan:

“*Saya memakai outfit yang cenderung berwarna hitam memang mencari aman saja karena warnanya netral. Maksud*

*cewe mamba sendiri kan menandakan dirinya kuat, mandiri nah sama halnya yang aku alamin di kehidupan keseharian saya bisa dikatakan seorang perempuan yang mandiri dan tidak mengandalkan pada orang lain. Aku memakai outfit mamba memang karena suka sama warnanya lebih bagus dan cocok dipakai daripada warna-warna lainnya. Selain itu juga sesuai dengan sikap dan perilaku diri aku sendiri dan bisa menjadikan aku lebih percaya diri.*³⁷

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwasannya *outfit* yang digunakan oleh Mahasiswi tersebut memang suka dengan warna hitam karena lebih cocok untuk dijadikan *mix and match* ketika mengenakan *outfit* apapun. Selain itu, Mahasiswi memaknai *outfit* mamba seperti yang dirasakan pada dirinya sendiri. Seseorang yang mandiri, tidak suka bergantung pada orang lain sehingga terkesan lebih cuek dan tampil apa adanya. Bagi Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya ketika memakai *outfit* mamba menunjukkan karakter seseorang dengan berperilaku percaya diri, mandiri dan berani dalam mengambil keputusan.

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya sudah mengikuti *trend outfit* saat ini. mereka hanya saja memadukan warna atau model *outfit* dengan cara *mix and match* pakaian atasan dengan pakaian bawahan hingga model hijab kekinian. Memakai warna hitam cenderung lebih terlihat rapi dan bagus dipandang. Memakai *outfit* tentunya menyesuaikan juga kondisi *mood* (kondisi hati) dengan karakter yang ada pada kepribadiannya sehingga memadukan warna pada *outfit* juga dapat berpengaruh pada *mood* dan penampilan seseorang sebab setiap warna

³⁷ Rima Nurul Hidayah, Mahasiswi Sosiologi, 19 Desember 2022

memberikan efek psikologis secara mental dan emosional. Sebagaimana diungkapkan oleh Lailatul Nikmah, mahasiswi prodi Sosiologi:

“Saya lebih suka mix and match outfit yang saya gunakan untuk tampil sesuai dengan karakter diri aku. Terkadang kalo aku pake outfit juga tergantung mood image pada hari itu. Kalo mood aku lagi bagus-bagusnya cenderung pake outfit mamba sih soalnya lebih terlihat cool, menarik, tidak ribet dan lebih percaya diri juga.”³⁸

Menurutnya, ketika Mahasiswi tersebut mengenakan *outfit* tergantung pada kenyamanan pada dirinya. Ia tergantung pada situasi kondisi hatinya dan cenderung memilih *outfit* mamba sebab menurutnya lebih *simple* dan tidak ribet ketika *dimix and match* mulai dari pakaian atasan, pakaian bawahan hingga hijab yang dikenakan. Tentunya pada saat mengenakan *outfit* identik mamba ini dapat menjadi seorang yang lebih percaya diri ketika berada di lingkungan sekitar maupun hadapan publik. Sedangkan menurut Achmad Hadyul Mubarak Lubis, Mahasiswa prodi Sosiologi mengungkapkan :

“Menariknya trend outfit saat ini membuat aku lebih tampil percaya diri sih, model-model terbaru yang menginspirasi juga buat aku cocok. Aku yang terinspirasi dari film action ketika memakai outfit serba hitam kelihatan kalo terlihat gagah dan rapi. Jadi aku lebih suka outfit yang identik kayak mamba gini. Menurut aku lebih cocok, pas dan terlihat tamvan banget pas dipake jadi aku lebih merasa senang dengan mix and match baju yang aku pakai dalam acara maupun aktivitas apapun.”³⁹

³⁸ Lailatul Nikmah, Mahasiswi Sosiologi, 23 Desember 2022

³⁹ Achmad Hadyul Mubarak Lubis, Mahasiswa Sosiologi, 5 Januari 2023

Menurutnya, kesenangan yang ada pada dirinya dikarenakan rasa puas terhadap *outfit* yang dipakai. *Outfit* yang dipakai membuat ia tampil lebih percaya diri dan juga dapat memancarkan aura pada dirinya. Apalagi *outfit* yang dikenakan cenderung berwarna hitam yang menurutnya, ketika dipakai terlihat keren, tampan dan sesuai dengan gaya penampilannya. Bagi seorang laki-laki ketika memakai *outfit* mamba menjadikan *passion* yang ada pada dirinya akan terlihat lebih *gentle*, *cool* dan menarik perhatian ke lawan jenisnya.

Sebagian besar para kaum perempuan maupun laki-laki ketika berbicara mengenai *outfit* yang dikenakan dapat menjadi kesenangan tersendiri bagi dirinya. Ketika mereka memakai *outfit* yang menarik dan cocok pada dirinya tentunya memiliki rasa kagum dengan gaya penampilan yang dikenakan. Tidak hanya itu saja dalam dunia *fashion* pun dapat menjadikan kesenangan pada seseorang dalam berburu pakaian yang selalu *up-to date* supaya bisa tampil *trendy* dalam kesehariannya. Membeli pakaian baru seseorang akan merasa lebih senang ketika dapat membeli apa yang diinginkan. Apalagi *trend outfit* yang selalu *update* dengan menciptakan model-model terbaru dan menarik. Hal tersebut juga dapat membuat perasaan lebih senang ketika memakai *outfit* dan berpenampilan lebih keren.

2. Makna *Outfit* Bumi



Gambar 4.4 Outfit Cewek dan Cowok Bumi

Istilah *outfit* bumi identik dengan perpaduan warna *earth tone* (senada dengan warna bumi) atau *warm tone* (warna-warna yang kalem) seperti hijau pupus, abu-abu, coklat, krem, beige yang cenderung berpenampilan warna natural atau kalem. Istilah *outfit* bumi mengandung makna perempuan dan laki-laki yang memiliki kesan tenang dan bijaksana. *Outfit* bumi merupakan seseorang yang tipikal berpenampilan nuansa *elegant* dan kalem. Warna yang dianggap *elegant* dan kalem ini menjadi salah satu acuan dalam gaya berpakaian karena terlihat lebih anggun, hangat dan menarik perhatian orang lain saat dipakai.

Outfit bumi hanya memadukan warna pakaian atasan dengan bawahan dan aksesoris lainnya yang digunakan seperti halnya memadukan kemaja warna coklat dengan rompi warna krem atau beige, memadukan *sweater* hijau pupus dengan celana kulot warna coklat atau putih tulang. Jadi, seseorang yang mempunyai karakteristik kalem dan anggun cenderung memilih warna *outfit* yang bernuansa pastel. Sebagaimana yang

diungkapkan oleh Indy Ufaul Fadiyah, Mahasiswi Pendidikan Bahasa Inggris mengenai makna *outfit* bumi yang dikenakan :

*“Memang sih banyaknya istilah outfit saat ini seperti mamba, bumi, kue ini buat aku bimbang untuk milih yang cocok untuk gaya penampilanku sendiri. Terkadang aku pake sesuai warna yang aku suka dan itu juga menggambarkan sifat dan karakter dalam kehidupan sehari-hari aku sih. Jadi, lebih mencocokkan antara warna outfit yang aku pake sama karakter aku, kalo aku orangnya ga banyak omong dan ga banyak tingkah jadi aku suka warna yang lebih ke bumi gitu kalem-kalem dan terang”.*⁴⁰

Menurutnya, *outfit* yang dipakai bahwasannya sesuai dengan karakter yang ada pada dirinya. Ia lebih mencocokkan gaya penampilannya agar sesuai dengan karakteristik kepribadiannya sehari-hari. Mahasiswi dengan kepribadian yang lemah lembut, kalem dan tidak banyak bicara lebih menyukai *outfit* yang bernuansa *elegant* (anggun) dan kalem seperti ciri-ciri dari makna *outfit* bumi tersebut. Hal tersebut menandakan *outfit* yang dikenakan sesuai dengan karakteristik kepribadian yang ada pada dirinya. Seperti yang diungkapkan oleh Mareta Adinda, Mahasiswi Ilmu Komunikasi mengenai makna *outfit* bumi yang dipakai :

*“Kalo aku memilah-milah terlebih dahulu outfit apa yang cocok untuk aku dan kenyamanan pada diriku. Cuman kalo trend-trend outfit saat ini lebih tertarik mencoba cewek bumi karena itu warna yang soft. Jadi, sesuai lah outfit yang aku pake dan suka gitu soalnya nggak terlalu ngejreng. Terus yang aku pake juga outfit yang casual gitulah atau classic kayak pake blazer, outer, celana kulot, jeans pokoknya yang simple-simple gitu”.*⁴¹

⁴⁰ Indy Ufaul Fadiyah, Mahasiswi Pendidikan Bahasa Inggris, 5 Januari 2023

⁴¹ Mareta Adinda, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 25 Desember 2022

Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya menyukai *outfit* bertema bumi tersebut karena mereka cenderung orang yang anggun dan kalem dalam sikap dan perilakunya. *Outfit* bumi dengan warna yang identik dengan kesederhanaannya sehingga terlihat begitu menawan ketika dipakai. Warna-warna bumi identik terlihat lebih feminim sehingga lebih cocok dipakai pada kaum perempuan. *Outfit* bumi mudah ditandai oleh orang lain yang berciri khas cenderung berwarna terang. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Mia Dwi Amalia, Mahasiswi Ilmu Komunikasi mengenai makna warna *outfit* bumi yang dikenakan :

“Bagi aku outfit kan juga bisa dibilang karakter seseorang. Nah apa yang dipake oleh seseorang itulah karakternya. Kalo aku sendiri cenderung pake outfit yang sopan, bajunya panjang dan menutup aurat dengan basis warna yang anggunly. Jadi, aku memang suka warna yang terang kalo dipaduin dengan model baju yang biasanya aku pake cocok sih karena memang aku lebih suka pake outfit rok dibandingkan celana”.⁴²

Menurutnya, *outfit* tidak hanya dijadikan sebagai kebutuhan pokok manusia yang dikenakan dianggota tubuh. Namun, *outfit* juga disimbolkan dengan status seseorang di kalangan masyarakat. *Outfit* diidentikkan sebagai gaya penampilan seseorang dengan menampilkan citra diri dan karakteristik kepribadian seseorang. Adanya *trend outfit* saat ini dengan berbagai variasi model dan istilah dapat menunjukkan jati diri yang ada pada diri sendiri. Ia lebih menyukai pakaian yang tertutup dan sopan untuk dilihat orang lain. Berbeda lagi ketika seseorang memakai *outfit* yang

⁴² Mia Dwi Amalia, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 20 Desember 2022

terbilang “seksi” atau pakaiannya terbuka biasanya orang-orang seperti itu bisa dibilang nakal atau kurang sopan. Tetapi, itu semua juga kembali lagi pada pribadinya masing-masing.

Orang lain hanya bisa menilai dari penampilan luarnya saja. Hal tersebut ada keterkaitan dengan *outfit* yang dipakai sebab *outfit* dapat dijadikan sebagai bahan penilaian orang lain yang dapat dilihat dari penampilan pakaiannya. Memang *trend outfit* saat ini membuat turunnya nilai budaya kesopanan dalam cara berpakaian. Selagi pakaian yang digunakan sopan, longgar dan tidak ketat tidak ada masalah untuk mengikuti setiap *trend outfit* yang muncul. Mengenakan *outfit* kekinian tergantung dengan kenyamanan seseorang yang dipakai. Mulai dari segi variasi model, warna hingga ukuran longgar ataupun ketat dapat berpengaruh pada perilaku dan kepribadiannya masing-masing.

3. Makna *Outfit Kue*



Gambar 4.5 *Outfit Cewek dan Cowok Kue*

Outfit kue merupakan salah satu gaya penampilan yang unik dan menarik perhatian orang dengan perpaduan warna-warni. Istilah *outfit* kue identik dengan perpaduan pakaian warna-warni seperti warna kue pelangi yang manis. *Outfit* kue cenderung berwarna yang cerah seperti warna pink, merah, kuning, *orange*, hijau botol, navy, ungu dan lainnya. Perpaduan *outfit* yang dipakai seseorang tampak cerah, mencolok, dan bertabrakan membuat menarik perhatian orang lain yang melihatnya. Gaya berpakaian tersebut menunjukkan seseorang yang tampil percaya diri, berani dan kreativitas dalam memadukan pakaian serba *colorful*.

Sebagian orang kagum dengan seseorang yang mengenakan gaya berpakaian *outfit* kue ini karena dinilai norak dengan perpaduan *outfit* warna yang kurang serasi dengan yang dikenakan sehingga mereka harus tetap tampil percaya diri dihadapan orang lain. Tetapi, jika dilihat gaya pakaian tersebut terlihat heboh dan dianggap paling modis dengan warna yang begitu mencolok sehingga istilah *outfit* kue ini mengandung makna perempuan maupun laki-laki yang ceria dan penuh semangat. *Outfit* kue biasanya memadukan pakaian atasan seperti kemeja, cardigan, sweeter yang berwarna biru navy, pink magenta, hijau botol, kuning, *orange* dengan dipadukan bawahan celana warna yang menabrak dengan pakaian atasan. Seseorang yang menyukai *trend outfit* tersebut dapat dikategorikan sebagai cewek atau cowok kue.

Sebagian Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya juga ada yang mengikuti *trend outfit* kue ini. Baginya *trend outfit* kue cenderung menarik perhatian orang lain dengan model dan perpaduan yang unik. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ayu Ika Lestari Mahasiswi Ekonomi Syariah mengenai makna *outfit* kue yang dikenakan :

*“Aku lebih suka pake outfit kue soalnya lebih unik apalagi pas dipake orang-orang tuh kayak menarik gitu dengan perpaduan warna yang ngejreng dan tabrakan. Akhirnya aku juga pengen coba cocok atau nggak pas aku pake ternyata cocok dan buat aku lebih cantik kalo pake warna itu dan aku emang suka warnanya sih kayak ungu, pink, biru. Aku juga pribadi orang yang ramah, ceria kalo pas lagi ketemu orang lain atau temen-temen kampus. Kalo dilihat dari arti trend outfit kue sendiri cocok lah dengan karakter yang ada pada diriku”.*⁴³

Menurutnya, Mahasiswi tersebut mengenakan *trend outfit* kue karena dipengaruhi oleh keinginannya yang mencoba hal baru dengan mengenakan *outfit* yang berwarna begitu mencolok dan cerah. Mereka tertarik adanya *outfit* tersebut karena memang menyukai warna-warna yang berkategori seperti *rainbow*. Menurutnya warna tersebut sesuai dengan karakter dan kepribadiannya yang *friendly*, ramah, ceria dan penuh semangat dalam menjalani aktivitas apapun. Apalagi pada saat berada di lingkungan kampus ia sangat semangat dalam menjalani kesehariannya dalam melakukan aktivitasnya.

Outfit kue dikenakan hanya bagi orang-orang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi sebab memadukan *outfit* ini dinilai norak dan

⁴³ Ayu Ika Lestari Mahasiswi Ekonomi Syariah, 6 Januari 2023

warna yang dikenakan kurang serasi. Memang makna *outfit* dari trend ini dikatakan sebagai seseorang yang feminim dan ceria. Sering kali *trend outfit* kue ini muncul diberanda akun instagram yang dikenakan oleh para Mahasiswi dengan teman-temannya. Mereka meniru dengan mengenakan *outfit* yang berbeda-beda warna dengan teman lainnya tujuannya agar menjadi pusat perhatian orang lain ketika hasil foto ataupun video diunggah akan mendapatkan *like*, dan *followers* banyak. Seperti yang diungkapkan oleh Zafira, Mahasiswi Ilmu Komunikasi terkait makna *outfit* yang dikenakan :

“Kalo aku sih biasanya nerima endors kan nah itu ada yang ngirimin aku outfit satuset ternyata baju yang warnanya cenderung kayak outfit cewek kue. Jadi aku pake outfit cewek kue tuh kebanyakan dari endors-endors. Terus outfit yang aku pake itu tujuannya mempromosikan agar mengajak orang lain tertarik adaanya outfit tersebut. Apalagi aku kan tipe yang percaya diri didepan kamera maupun lingkungan sekitar jadi aku pede-pede aja sih pake outfit gitu. Warna itu juga termasuk warna favorit aku sesuai juga dengan gaya penampilan dan kepribadian aku yang terlalu pede dan semangat dalam mode kuliah maupun mencari cuan”.⁴⁴

Menurutnya, Mahasiswa tersebut memaknakan *outfit* yang dipakai sesuai kehidupan kesehariannya. Ia mengenakan sesuai gaya penampilannya yang memiliki semangat dan percaya diri yang tinggi. Selain itu, gaya berpakaianya ditampilkan untuk melakukan aktivitasnya seperti kegiatan kuliah dan mencari uang dengan membuka endors mempromosikan

⁴⁴ Zafira, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 3 Januari 2023

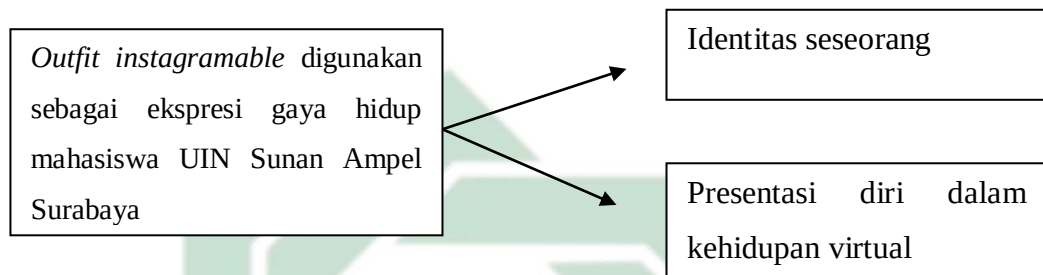
barang-barang yang dikirim oleh *owner* sehingga ia harus tampil didepan kamera dengan penuh semangat, percaya diri dan ceria didepan publik.

Faktanya, *outfit* kue ini jarang sekali dikenakan oleh kalangan Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Warna yang begitu mencolok sehingga tidak banyak untuk berminat memilih *outfit* tersebut. *Outfit* kue dikenakan hanya sebagai memenuhi rasa penasaran saja agar terlihat modis dan *trendy*. Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya biasanya memakai hanya orang-orang tertentu seperti seseorang yang menyukai dari segi warna dan sesuai pada karakter pribadinya masing-masing. Selain itu, ketika saat ada kegiatan yang mengharuskan mereka untuk memakai *outfit* konsep kue ini seperti halnya acara formal, bekerja dan kegiatan lainnya. Tujuan memakai *outfit trend* saat ini agar bisa lebih percaya diri. Namun, berbeda pada *outfit* kue ini hanya ditujukan pada seseorang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi agar tidak malu ketika memakai *outfit* dengan perpaduan warna yang bertabrakan.

C. *Outfit Instagramable* Digunakan Sebagai Ekspresi Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya

Outfit instagramable digunakan sebagai ekspresi gaya hidup mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yakni dijadikan sebagai identitas seseorang dan presentasi diri dalam kehidupan virtual dengan cara

memperlihatkan pakaian yang dikenakan sehari-hari. Didukung dengan hasil observasi dan wawancaranya.



1. Identitas Seseorang

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mengenakan *outfit* menyesuaikan dengan aturan dan norma yang berlaku di kampus. Mereka lebih mengutamakan etika dan norma dengan mengenakan pakaian yang sopan dengan ciri khas kampus yang berbasis Islam yakni kampus UIN Sunan Ampel Surabaya. Hal tersebut yang membedakan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mengikuti *trend outfit instagramable* saat ini. Gaya berpakaian mahasiswa cenderung religiusitas dan mengikuti *trend* muslim maupun muslimah. Ciri khas gaya berpakaian mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mematuhi ajaran Islam dengan mengenakan pakaian yang longgar, tidak membentuk lekuk tubuh, tertutup dan bahan pakaian tidak transparan.

Trend outfit saat ini tidak menghalangi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya untuk bisa mengikuti trend yang ada. Mereka dapat

mengenakan dengan pakaian yang muslimah dan berkerudung. Gaya berpakaian mahasiswa beragam dan bervariasi model mulai dari segi kerudung hingga pakaian atasan dan bawahan. Gaya berpakaian pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya seperti gaya berpakaian hijaber dan gaya berpakaian syar'i. Gaya berpakaian hijaber cenderung dipadukan dengan pakaian (*outer, longdress, gamis modern*) dengan menggunakan model hijab ataupun aksesoris lainnya. Sedangkan gaya berpakaian syar'i yakni pakaian yang dikenakan sangat longgar, tidak ketat, tidak terlihat lekuk tubuh dan tidak transparan. *Outfit* gaya penampilan syar'i seperti rok gamis atau pakaian atasan dan rok.⁴⁵ Hal tersebut yang dapat mempermudah diketahui identitas mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya ketika mengenakan *trend outfit instagramable* saat ini.

Mahasiswa mengenakan *outfit* yang dipakai sesuai dengan keseharian yang akan dilakukan. Jadi, mereka akan memakai *outfit* sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan, atau seseorang yang akan ditemuinya sesuai dengan kesehariannya. Jika, mereka tujuannya ingin bermain dengan teman-temannya maka ia akan mengenakan *outfit* yang simple-simple saja begitu sebaliknya jika mereka berpergian ke acara formal maka *outfit* yang dipakai harus menyesuaikan karena seseorang menganggap *outfit* merupakan salah satu *image* ketika akan bertemu orang lain. Mengenakan *outfit trend* saat ini menunjukkan kepribadian seseorang

⁴⁵ Dian Fitriah Hasanah, 'Hubungan Religiusitas Dengan Gaya Berpakaian Di Kalangan Mahasiswi FISIP UIN Jakarta' (UIN Jakarta, 2021) <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58095/1/DIAN_HASANAH.FISIP.pdf>.

dan gaya hidupnya. Berdasarkan aspek religiusitas mahasiswi dari prodi Ilmu Komunikasi, yang diungkapkan oleh Mia Dwi Amalia, terkait alasan penggunaan *trend outfit* saat ini:

“Kalau aku sih pake outfit lebih ke ngikuti perkembangan zaman itu lebih keren aja. Kalau ngikutin trend saat ini itu baju yang dipakai aku jadi lebih percaya diri dan gak malu karena kalau keluar-keluar pakai yang biasa-biasa atau baju zaman dulu gitu kayaknya agak gimana gitu ya apalagi baju-baju dulu kan motifnya jadul gitu. Dulu aku lebih sering pake celana jeans tapi sekarang lebih suka style outfit yang longgar kayak celana kulot dan dipaduin sama baju tunik.”⁴⁶

Hal tersebut menyatakan bahwasannya mahasiswi tersebut mengikuti *trend outfit* dengan gaya berpakaian hijaber yang pakaiannya longgar seperti wanita muslimah dan seringkali ia memadukan pakaiannya seperti celana, rok dan pakaian atasan yang longgar, tidak ketat, menutup aurat dan tidak transparan. Mereka tetap ingin tampil *trendy* dengan mengenai *outfit* kekinian. Jika tidak mengikuti perkembangan zaman saat ini tentunya akan tertinggal dan dipandang seseorang yang kudet (kurang *update*). Apalagi mahasiswa saat ini hanya ingin dipandang untuk tampil cantik dan menarik dengan *outfit* yang selalu dikenakan.

Mengenakan *outfit* kekinian berdasarkan mahasiswa dengan memadukan pakaian atasan celana, rok dan tunik akan terlihat dikenal keberadaannya bahwasannya gaya pakaian yang digunakan yakni hijaber. *Mix and match* yang cocok digunakan dengan perpaduan warna yang

⁴⁶ Ayu Ika Lestari, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 25 Desember 2022

senada membuat mahasiswa lain terpukau sehingga mudah dikenal keberadaanya dan mengetahui identitas diri seseorang tersebut. Berdasarkan aspek religiusitas mahasiswi prodi Ekonomi syariah, yang dikatakan oleh Ayu Ika Lestari terkait *outfit* yang dikenakan sehari-hari:

“Ya memang sebagai anak muda biasanya kan ngikuti perkembangan zaman ya, apalagi sekarang banyak model rok modern dan ga kelihatan kuno banyak juga rok-rok style nya kayak korea gitu. Jadi aku lebih senang pake rok ala-ala korea gitu sama dipaduin warna hijab sesuai trend saat ini seperti outfit mamba, bumi dan kue. Menurutku pake outfit gitu aja udah ngikuti trend saat ini meskipun pake rok tapi gaya outfitnya tuh udah modern. Jadi udah kelihatan bagus gitu nggak ketinggalan jaman dan biar dikenal banyak orang kalo pake baju kekinian gini.”⁴⁷

Menurutnya, memang saat ini mengenakan *outfit* yang sedang *trend* seperti *outfit* kue, mamba, bumi membuat menarik perhatian orang lain. Namun, tidak kalah menarik ketika mengenakan gaya pakaian syar’i dengan mengenakan *outfit* rok gamis ataupun *longdress*. *Trend outfit* dengan gaya berpakaian syar’i saat ini memang lagi booming-boomingnya dengan gaya pakaian yang modern dan *up to date* membuat seseorang selalu mengikuti dan memakainya dengan berbagai macam variasi model dan *style*. Seringkali variasi *style* dan warna yang dikenakan seseorang hampir sama ketika dikenakan karena memang banyak mahasiswa terinspirasi *outfit* dari para selebgram.

Seseorang yang mengenakan *outfit instagramable* selalu menjadi acuan bagi orang lain sehingga orang lain pun terkadang juga ingin meniru

⁴⁷ Rima Nurul Hidayah, Mahasiswi Sosiologi, 19 Desember 2022

style outfit yang telah dipakai orang tersebut. Bagi mahasiswa yang menjadi *trendsetter* akan dikenal oleh banyak orang karena *outfit* yang dipakai selalu terbaru sehingga *outfit* yang digunakan selalu terlihat bagus dan keren ketika digunakan. Gaya berpakaian syar'i saat ini dianggap seperti ala-ala ukhty yang sedang booming-boomingnya seperti seseorang hijrah. Gaya berpakaian tersebut banyak diminati oleh kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang terinspirasi unggahan feeds ataupun reels para selebgram dimedia sosial instagram. Berdasarkan aspek religiusitas mahasiswi prodi Sosiologi, yang diungkapkan oleh Rima Nurul Hidayah terkait *outfit* yang dikenakan:

“Alasanku pake trend outfit saat ini tuh karena zaman sekarang kan udah banyak cewek-cewek yang suka ngikuti trend-trend saat ini. Nah menurutku outfit saat ini tuh lebih bagus, cocok digunakan dipandang tuh enak seperti lebih fashionable aja gitu. Aku lebih suka gaya pakaian hijaber gitu sih karena kurang pede kalo pake rok-rok.”⁴⁸

Menurutnya, mahasiswi tersebut mengikuti adanya *trend outfit* yang dengan gaya berpakaian hijaber karena kurang suka dengan pakaian syar'i. Mahasiswa yang selalu mengenakan *outfit instagramable* berpengaruh besar terhadap citra dirinya mereka akan dianggap lebih eksis dan *trendy*. Gaya penampilan yang dikenakan sesuai dengan kepribadian mahasiswa membuat dirinya lebih percaya diri pada saat bertemu dengan teman-temannya, orang lain bahkan dosen yang akan ditemuinya. Hal tersebut menunjukkan jati dirinya sesuai passionnya masing-masing jika memakai

⁴⁸ Mia Dwi Amalia, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 20 Desember 2022

outfit yang sopan ataupun kurang sopan tergantung dirinya yang bisa menentukan ketika memakai *outfit*.

Terkadang setiap mahasiswa berbeda konsep *outfit* yang ingin dikenakan terkadang mengenakan sesuai karakter dan sesuai kepribadiannya masing-masing. Mereka akan memakai *outfit* sesuai dengan selera dan moodnya setiap kesehariannya. Mahasiswa mengenakan *outfit* juga menyesuaikan kebutuhan yang dipakai sehari-hari. Ketika ingin berpergian ke kampus maka ia akan mengenakan *outfit* yang rapi dan sopan sesuai etika norma di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya agar terkesan baik ketika dilihat. Seringnya mahasiswa mengikuti *trend outfit* akan mudah ditandai dan dikenal oleh mahasiswa lain sehingga dianggap seseorang yang *trendy* dan eksis. Apalagi dengan seringnya mahasiswa dan mahasiswi bergonta-ganti *style outfit* sehingga mudah ditandai hanya dengan mengenakan gaya berpakaian hijaber dan syar'i dengan memadukan *outfit* mamba, bumi, dan kue.

Mahasiswa UIN Sunan Ampel yang bernuansa prodi berbasis umum sering kali ditandai sebagai mahasiswa yang sering mengikuti adanya *trend outfit* saat ini. Meskipun berlabel kampus Islam tidak menutup kemungkinan kampus juga melarang mahasiswanya dengan gaya penampilan *outfit* mahasiswa yang dikenakan. Hanya saja *outfit* yang dikenakan harus sopan dan memahami aturan kampus ketika bertemu dengan dosen dan teman-temannya. Jadi, berpakaian sopan ketika

mahasiswa dan mahasiswi hendak masuk kelas dan bertemu dosen harus mengenakan baju seperti kemeja, celana panjang, rok dan tidak boleh mengenakan kaos karena terlihat kurang sopan.

Mahasiswa pun juga memahami aturan dan norma dengan gaya penampilan yang berlaku dikampus UIN Sunan Ampel Surabaya. Meskipun berlabel kampus Islam tidak mengharuskan mahasiswinya untuk selalu mengenakan rok mereka bisa mengenakan celana sesuai dengan gaya berpakaian hijaber yang berciri khas pakaian yang longgar, tidak membentuk lekuk tubuh sehingga seringkali prodi berbasis umum seperti prodi sosiologi, ilmu komunikasi, ilmu hukum ini ditandai seorang yang *fashionable* dengan mengenakan *outfit* kekinian seperti yang dipakai para selebgram.

Outfit cowok berbeda dengan cewek seringkali mahasiswa mengenakan perpaduan hanya satu warna mereka lebih sering menyukai *outfit* mamba seperti *mix and match* kemeja flannel kotak-kotak atau polos warna hitam dengan celana kain atau jeans hitam sehingga warna yang dikenakan seringkali bernuana hitam. Sedangkan *outfit* cewek yang dikenakan oleh mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya seperti kemeja, *blouse*, sweeter, cardigan, celana kulot, rok, gamis dengan gaya berpakaian ala hijaber ataupun syar'i dengan memadukan warna sesuai dengan karakter dan warna yang disukai seperti mamba, bumi, dan kue. Berdasarkan aspek religiusitas mahasiswi dari prodi Pendidikan Bahasa

Inggris yang diungkapkan oleh Indy Ufaul Fadiyah mengenai *outfit* yang dikenakan:

*“Ada juga outfit saat ini yang dipake oleh para selebgram seperti model outfit ukhty-ukhty gitu kan apalagi itu juga lagi booming-boomingnya. Aku lebih suka pake variasi model outfit rok kekinian sih dan menurutku lebih sopan dipake pas lagi kuliah dan aku sebagai mahasiswi prodi pendidikan bahasa inggris fakultas tarbiyah dan keguruan jadi lebih sopan ketika pake rok. Jadi lebih ditandai oleh mahasiswa lainnya ohh anak ini pake rok pasti dari prodi basis agama nihh gitu”.*⁴⁹

Menurutnya, mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya lebih mudah ditandai ketika memakai *outfit* yang dikenakan. Jadi, ketika memakai *outfit* rok, gamis dan lainnya sering kali mahasiswi tersebut dikenal sebagai mahasiswa fakultas basis agama. Mudahnya mereka ditandai sebagai mahasiswa dengan gaya berpakaian ala syar’i. Menurutnya, memang ketika memakai *outfit* tersebut agar terlihat lebih sopan dan anggun ketika hendak pergi ke kampus memang sudah menjadi kebiasaan keseharian ketika ada kegiatan magang di sekolah SD, SMP, SMA.

Faktanya Mahasiswa dan Mahasiswi prodi berbasis umum seperti sosiologi, ilmu komunikasi, ilmu hukum berbeda dengan prodi berbasis agama yakni ekonomi syariah dan pendidikan bahasa inggris mereka seringkali mengenakan *outfit* dengan ala Islami ataupun syar’i seperti memadukan *blouse* dengan bawahan rok, rok gamis dan lainnya. *Outfit* yang dikenakan tidak kalah menarik juga saat ini banyak model variasi rok

⁴⁹ Indy Ufaul Fadiyah, Mahasiswa Pendidikan Bahasa Inggris, 5 Januari 2023

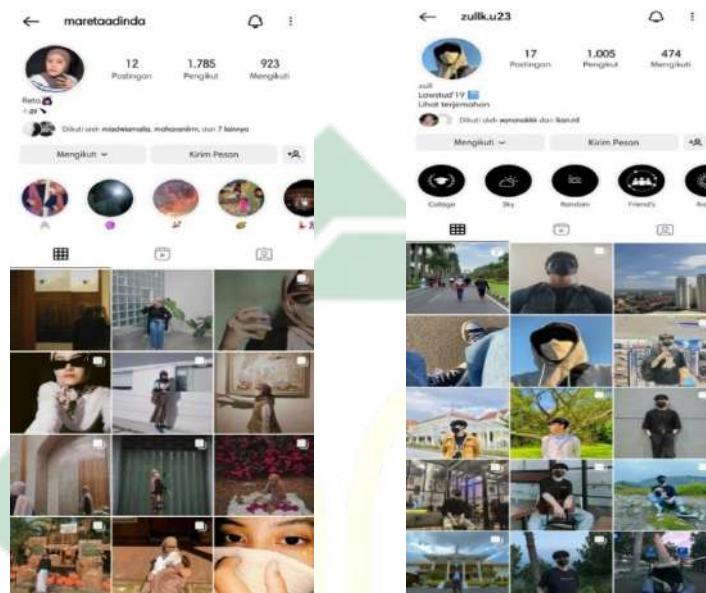
yang dijadikan *trend outfit* saat ini dengan variasi *style* seperti menciptakan model dan motif rok kekinian agar terlihat tampak *trendy* membuat Mahasiswi lebih tertarik adanya *trend outfit* saat ini. Tetapi, Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya lebih cenderung mengenakan *trend outfit* kekinian dan banyak dijumpai mengenakan gaya berpakaian hijaber dibandingkan gaya berpakaian syar'i.

2. Presentasi Diri Dalam Kehidupan Virtual

Trend outfit instagramable saat ini dilakukan dengan menampilkan gaya berpakaian yang dikenakan sehari-hari yang tujuannya menjadi sorotan publik apabila dibagikan dimedia sosial. Dari konsep *trend* saat ini yang beredar dimedia sosial telah menjadi wadah cara para mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya untuk mengekspresikan dirinya didepan publik. Penampilan yang diekspos dimedia sosial biasanya terlihat estetik atau *instagramable*. Hal tersebut tentunya akan menarik perhatian kalangan masyarakat publik agar menjadi sorotan tertentu kepada *followers* akun sosial medianya.

Pada umumnya, foto yang di-*upload* hanya ditampilkan dari sisi *instagramable* dan pemakaian *outfit trend* saat ini agar lebih dipandang sebagai seorang yang *trendy* dan modis. Sebagaimana diungkapkan oleh Mareta Adinda, Mahasiswi Ilmu Komunikasi terkait foto yang diunggah di akun instagram:

*“Pake outfit kekinian ini tuh buat aku lebih cantik dan kece sih. Ditambah aku yang suka foto-foto ala-ala instagramable gitu jadi hasil foto-foto aku tuh tambah bagus. Apalagi pas diunggah di akun instagram, like dan followers aku juga jadi nambah banyak daripada postingan sebelum-sebelumnya”.*⁵⁰



Gambar 4.6

Akun Instagram Feeds Mareta Adinda (@maretaadinda) dan Zulfikar (@zullk.u23)

Menurutnya, ketika ia mengunggah foto-foto dengan mengenakan *outfit instagramable* membuat like dan followersnya bertambah drastis. Memang fitur instagram مخصوص untuk mengunggah foto bagi penggunanya. Media sosial instagram ini digemari oleh Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya untuk dijadikan sebagai tempat mengekspresikan dirinya diruang publik. Sedangkan menurut Zulfikar, Mahasiswa Ilmu Hukum sependapat dengan Mareta Adinda seperti yang diungkapkan :

⁵⁰ Mareta Adinda, Mahasiswa Ilmu Komunikasi, 25 Desember 2022

*“Ya emang aku pake instagram ini tempat aku nyimpan foto-foto biar nggak hilang kalau digaleri. Fitur instagram juga lucu bisa dilihat seberapa banyak orang yang mengelike, berkomentar dan mengikuti. Kalo foto yang aku unggah bagus pasti banyak orang-orang yang ngelike dan komentar. Komenanan dan like banyak juga bisa buat aku seneng gitu jadi hanya upload foto di instagram bisa nambah mood jadi bagus. Apalagi aku tipe orang yang paling suka berfoto ditempat yang instagramable atau tempat yang backgroundnya bagus gitu. Jadi itu juga pengaruh untuk mendapatkan hasil foto yang bagus dan maksimal”.*⁵¹

Dari kedua informan tersebut dapat disimpulkan bahwasannya memang para pengguna instagram lebih senang ketika mengunggah fotonya pribadi yang tujuannya ingin mendapatkan pengakuan bentuk citri diri dari teman ataupun orang lain dimedia sosial. Hanya melalui foto mahasiswa dan mahasiswi tersebut tujuannya juga agar memperoleh respon dari banyak orang berupa *like*, komentar, pengikut. Hal tersebut merupakan respon positif wujud kepuasan dan perhatian diruang publik.



Gambar 4.7 Fitur Instagram

⁵¹ Zulfikar, Mahasiswa Ilmu Hukum, 10 Januari 2023

Fitur instagram sendiri memiliki beragam macam yang dapat menjadikan seseorang menjadi populer dan dikenal banyak orang. Beragam macam fitur instagram seperti instagram *stories*, instagram *live* video, instagram *reels* dan lainnya. Adanya fitur-fitur tersebut mempermudah seseorang untuk mendapatkan *like* dan *followers*. Jika foto ataupun video yang diunggah mendapatkan like banyak dan masuk ke fyp (*for your page*) atau halaman populer maupun halaman rekomendasi orang lain secara tidak langsung akan dikenal banyak orang hingga membuat *followers* pun juga ikut bertambah.

Beragam macam fitur instagram seperti instagram *reels* yang tujuannya mempermudah seseorang untuk menjadi konten kreator dan menjadikan seseorang popularitas dengan video yang diunggah. Instagram *reels* menjadikan seseorang lebih kreatif untuk menampilkan konten-konten yang dibuat. Apalagi sekarang ini membuat konten menggunakan *outfit* kekinian membuat seseorang tertarik untuk melihatnya dan dari hasil konten tersebut banyak orang yang mengomentari mengenai *outfit* yang dipakai. Instagram *reels* seperti melihatkan *outfit* yang dipakai secara detail dan terlihat bagus, cocok saat digunakan. Akhirnya dari hasil unggahan video tersebut dijadikan sebagai bahan *spill-spill outfit*. Video yang diunggah biasanya mencapai ribuan tontonan oleh orang lain. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Zafira, Mahasiswa Ilmu Komunikasi mengenai foto dan video yang diunggah :

*“Sebenarnya mulai dari aku iseng buat vlog ala-ala keseharian atau lagi hangout gitu. Nah outfit sama tempatnya mendukung banget, tempatnya yang bagus dan outfit yang aku pake juga senada. Terus aku edit sama ditambah sound yang bikin gak bosan dilihat jadi pas iseng aku unggah di akun instagram reels ternyata banyak komentar, like dari orang-orang yang gak aku kenal. Dari situ reels aku jadi banyak yang nonton bahkan sampe ribuan views”.*⁵²

Dari informan tersebut dapat disimpulkan bahwasannya akun instagram yang dimiliki hanya dijadikan sebagai ekspresi gaya hidupnya yang dilihat dari sisi *outfit instagramable* nya. Melalui unggahan foto maupun video menampilkan *outfit* yang dikenakan serta background dari tempat-tempat yang indah dan bagus untuk memperoleh hasil foto maupun video seperti ala-ala *instagramable*. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Lailatul Nikmah, Mahasiswi Sosiologi mengenai unggahan *reels* yang dibuat :

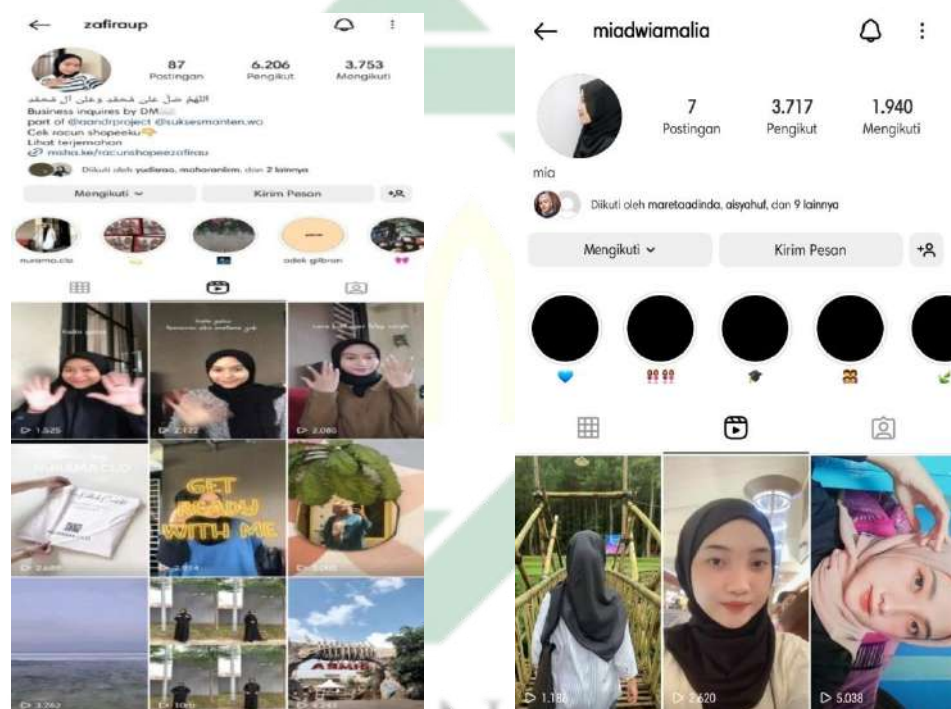
*“Aku lebih suka foto dan buat video dengan menunjukkan outfit pada saat aku main atau pergi ke cafe-cafe gitu sih. Pokoknya background nya bagus kayak instagramable gitu lah. Konsep yang aku pake biasanya ala-ala mbk selebgram hanya dengan memadukan outfit atasan dan bawahan yang senada atau outfit casual maupun Korean style. Aku lebih suka outfit kayak gitu karna dipandang cenderung simple dan santai. Nah ternyata juga banyak yang komentar dan penasaran tentang outfit yang aku pake”.*⁵³

Menurutnya, secara tidak langsung mereka ingin selalu tampil *instagramable* didepan publik dengan gaya penampilannya. Melalui hasil foto dan video yang memperlihatkan *outfit* kesehariannya lalu diunggah

⁵² Zafira, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 3 Januari 2023

⁵³ Lailatul Nikmah, Mahasiswi Sosiologi, 23 Desember 2022

diinstagram merupakan salah satu bentuk perilaku seseorang yang menunjukkan gaya hidupnya. Faktanya Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya lebih meninggikan gaya hidupnya agar terlihat menarik dan mempesona dihadapan lingkungan sekitar maupun media sosial.



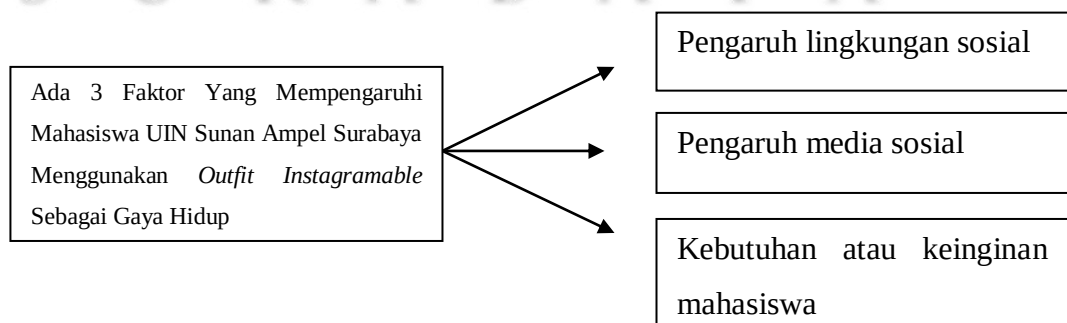
Gambar 4.8
Akun Instagram Reels Zafira (@zafiraup) dan Mia Dwi Amalia
(@miadwiamalia)

Memang saat ini media sosial menjadi salah satu pengaruh sikap dan perilaku dalam memamerkan barang-barang yang digunakan seolah-olah instagram menjadi tempat bersaing. Media yang sering dijadikan ajang bersaing dalam *trend outfit* yaitu media instagram. Alasan instagram

digunakan ajang bersaing karena telah berhasil meraih kepopulerannya hanya dengan menampilkan foto-foto maupun video. Aplikasi instagram yang memuat fitur unggahan foto maupun video memberikan keleluasaan bagi pengguna serta penampilan yang ditampilkan terkesan sesuai dengan yang diharapkan. Wujud dari presentasi diri secara virtual ini meningkatkan rasa kesan tersendiri dihadapan dunia publik dengan cara menata sikap agar orang lain memaknai identitas diri sesuai yang diinginkan dengan hanya menampilkan melalui foto atau video sehingga media instagram diolah sebagai alat mediasi, informasi yang memuat citra diri seseorang.

D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Menggunakan *Outfit Instagramable* Sebagai Gaya Hidup

Ada 3 faktor yang mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menggunakan *outfit instagramable* sebagai gaya hidup yaitu pengaruh lingkungan sosial, pengaruh media sosial dan kebutuhan atau keinginan mahasiswa. Didukung dengan hasil observasi dan wawancaranya.



1. Pengaruh Lingkungan Sosial

Tidak dipungkiri, jika saat ini Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya telah berlomba-lomba untuk menggunakan *outfit* sesuai dengan *trend* sekarang. *Outfit* juga memiliki nilai-nilai tersendiri yang tujuannya untuk dipromosikan kepada banyak orang tidak hanya di kehidupan virtual namun kehidupan nyata pun seseorang dapat mengekspresikan dirinya didepan orang lain. Mahasiswa mengekspresikan dengan cara *adu outfit* ketika hendak kuliah sehingga terkadang *outfit* yang dikenakan dijadikan sebagai ajang untuk bersaing dengan cara memperlihatkan pakaian yang dikenakan serta menunjukkan kualitas dari gaya hidupnya. Di era modernisasi saat ini, seseorang memandang orang lain dimulai dari penampilannya. Jika, berpenampilan sopan dan rapi maka orang lain akan senang melihatnya dan tidak ragu untuk mendekati.

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya pun seringkali memikirkan *outfit* yang akan dipakai terlebih dahulu sebelum berangkat ke kampus dibandingkan mempersiapkan studi perkuliahannya. Mereka tidak ingin kalah bagus mengenai *outfit* yang akan dipakai. Terkadang mahasiswa mengenakan *outfit* hanya karena menirukan *trend-trend* nya saja sehingga tidak mengedepankan kenyamanan *outfit* yang dipakai. Sebagaimana yang diungkapkan Bagas Dwi, Mahasiswa Ilmu Komunikasi mengenai kenyamanan *outfit* yang dikenakan:

“Sebenarnya adanya trend outfit saat ini tuh kalau tertarik saya tidak begitu tertarik tergantung kenyamanan aku karna soal

*pakaian tuh juga penting bagi aku jadi kalau tertarik mungkin itu masih nyoba-nyoba suatu trend itu dan aku juga masih pilih-pilih gitu. Apakah sesuai dengan gaya aku apa nggk misalnya lagi hangout sama temen wah kok oke nih outfitnya bisa nih ditiru nah itu juga mempengaruhi sih”.*⁵⁴



Gambar 4.9

Outfit Cowok Instagramable Yang Dikenakan Ketika Di Kampus

Menurutnya, adanya *trend outfit* saat ini hanya karena keinginan untuk mencoba. Mereka ingin meniru gaya berpakaian yang dikenakan oleh orang lain agar tidak kalah bagus dengan gaya pakaian teman-temannya. Namun, kenyamanan juga dijadikan sebagai acuan ketika memakai *outfit*. Ketika menurutnya gaya berpakaianya bagus dan nyaman dipakai tentunya akan menirunya juga.

⁵⁴ Lailatul Nikmah, Mahasiswi Sosiologi, 23 Desember 2022

Ketika berkumpul bersama teman-teman di kampus pakaian menjadi salah satu hal yang penting dalam hal berpenampilan. Mahasiswa sering kali lebih mengutamakan *outfit* yang dikenakan ketika ingin berpergian kemanapun. Terkadang mahasiswa lebih merasa bimbang dan gelisah ketika memilih *outfit* yang ingin dipakainya. Banyaknya model dan variasi *outfit trend* kekinian saat ini membuat para mahasiswa untuk selalu meniru dan memenuhi keinginannya dalam gaya berpenampilan. Memiliki prinsip dalam berpakaian yang menarik untuk pergi ke kampus merupakan salah satu wujud *personal branding* untuk meningkatkan rasa percaya diri ketika sedang melakukan kegiatan di kampus. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Mareta Adinda, Mahasiswi Ilmu Komunikasi mengenai ketertarikan dalam mengenakan *trend outfit* :

*“Aku sebenarnya kurang begitu menyukai untuk memakai trend outfit saat ini sih karena biasanya banyak yang ngembari gitu. Tapi biasanya juga tergoda untuk meniru gaya penampilannya karena liat orang-orang itu kok lucu dipake jadi cantik juga. Jadi akhirnya aku tertarik untuk beli baju yang lagi trend saat ini dan banyak juga orang-orang pakek outfit yang modelnya sama pada saat itu”.*⁵⁵

Menurutnya, *trend outfit* yang sedang booming-boomingnya sekarang lebih mempengaruhi gaya penampilan seseorang. Rasa ketertarikan untuk meniru dengan yang dipakai orang lain tujuannya agar terlihat cantik dan cocok dengan gaya berpenampilan yang dipakai. Penggunaan *outfit* yang lagi *trend* saat ini juga menjadi wadah bagi orang-orang dalam

⁵⁵ Mareta Adinda, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 25 Desember 2022

mengekspresikan dirinya dan tentunya tidak ingin ketinggalan *trend*. Mereka lebih mengutamakan gengsi dan tidak mengedepankan kenyamanan dirinya masing-masing sehingga para mahasiswa saat ini mengikuti *trend* hanya untuk tampil eksis dan tidak ketinggalan dalam penggunaan *trend outfit*.

Awal adanya *trend outfit* saat ini membuat mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya tertarik untuk berpenampilan agar terlihat menarik dan mempesona. Perpaduan warna-warna *outfit* yang dikenakan mempunyai kaitannya dengan ketertarikan pada seseorang ketika melihatnya. Tidak heran jika mahasiswa dan mahasiswi ingin pergi ke kampus harus memikirkan *outfit* terlebih dahulu dan bingung memilih variasi model dan warna pakaian yang akan dipakai. Tentunya mereka tidak mau gagal *outfit* perkara salah kostum ketika berpergian ke kampus untuk menemui dosen dan teman-temannya. Mereka tetap berpenampilan sopan dan cenderung mengutamakan etika dan aturan yang berlaku di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya meskipun sedang mengikuti *outfit trend* saat ini.

Adanya model *outfit* kekinian seperti mamba, bumi, kue ini telah memberikan daya tarik tersendiri pada seseorang yang mengenakannya. Ciri khas yang ada pada setiap *style* menjadi sorotan banyak orang didepan publik karena dianggap seseorang yang eksis dan *trendy*. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mengutamakan *mix and match* yang cocok untuk dikenakan setiap harinya. Mahasiswa menganggap *outfit* sering kali

dijadikan sebagai ajang bersaing dengan cara adu *outfit* ketika hendak bertemu teman-temannya. Mereka mengekspresikan dirinya melalui penampilan luarnya terlebih dahulu, karena dianggap suatu hal dari segalanya dalam diri dan menggambarkan kepribadiannya sehingga *outfit* bagi mahasiswa dianggap lebih penting. Seperti yang diungkapkan oleh Wynona Candra Arirayani, Mahasiswa Ilmu Ekonomi mengenai *outfit trend* saat ini yang dikenakan sesuai kepribadiannya :

*“Sangking banyaknya teman-teman aku yang spill-spill baju aku juga tergiur apa yang direkomenin. Sampe temen aku tuh berasumsi kita ini pergi kuliah kesannya cuma adu outfit atau gimana sih yang dipikirin outfit-outfit terus. Sebelum berangkat pun di whatsapp juga selalu tanya cocoknya pake baju apa ya besok ke kampus? Pake baju ini kalo dimix and match sama ini cocok gak ya? Aku pake ini cocok gak ya”.*⁵⁶

Menurutnya, pertanyaan seputar *outfit* tiada berhentinya ketika melakukan kegiatan apapun setiap harinya. Terkadang selalu ingin meminta pendapat dan rekomendasi kepada teman lainnya ketika ingin mengenakan pakaian yang akan dikenakan. Baginya, *outfit* menjadi penilaian yang terpenting bagi dirinya dan menjadi salah satu penilaian orang lain kepada diri sendiri. Jika, tidak intropeksi diri atas pakaian yang dipakai maka penilaian orang lain akan terkesan jelek dan dianggap kudet (kurang *update*) dalam gaya berpenampilan. Selain itu, bukan hanya untuk mengikuti *trending* melainkan menyamakan bagaimana *style outfit* dengan dunia lingkungan berada.

⁵⁶ Wynona Candra Arirayani, Mahasiswa Ilmu Ekonomi, 2 Januari 2022

Mahasiswa dan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya sering kali *update* gaya berpakaian yang bertujuan untuk tampil kece dan keren setiap kuliah berlangsung. Tidak heran jika mahasiswa sering kali mengeluh dan bingung ketika hendak pergi ke kampus. Memang pakaian yang dibutuhkan dan diinginkan para mahasiswa dan mahasiswi ini hanya dengan mengenakan pakaian baju bebas yang rapi dan sopan. *Outfit* pada saat kuliah dianggap lebih santai daripada *outfit* orang lain yang aktivitasnya sekolah ataupun bekerja. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya lebih leluasa mengenakan *outfit* yang dikenakan. Mereka dapat *mix and match outfit* yang dikenakan sesuai selera dan keinginannya. Selagi pakaian yang dipakai rapi dan sopan maka tidak ada larangan mahasiswa untuk mengikuti *trend outfit* pada saat ini.

2. Pengaruh Media Sosial

Mahasiswa saat ini tergolong dalam generasi millennial yang sangat mudah dipengaruhi oleh media sosial. Kaum millennial merupakan sasaran dari budaya konsumeris digital media sosial. Budaya tersebut bergulat pada budaya yang dikonsumsi dari media baru yang muncul karena beriringan antara generasi millennial dengan generasi sebelumnya. Budaya digital di media sosial ini menjadikan bergesernya aktivitas seseorang dari kehidupan dunia aktual ke dalam dunia maya sehingga mewujudkan gaya hidup baru merupakan budaya digital, dimana seseorang mendapatkan sebuah informasi secara konvensional kini bergeser menjadi digital. Tidak

hanya penyebaran informasi, pemenuhan kebutuhan barang maupun jasa para kaum millenial saat ini mudah dan cepat didapatkan hanya mengakses media sosial.

Kemunculan media berbasis teknologi berdampak dalam bentuk budaya baru yang tentunya mempunyai pengaruh dalam kehidupan generasi millenial. Pengaruh yang terjadi berupa kekuasaan yang mengontrol peran dan fungsi media baru. Globalisasi turut berkontribusi dalam perkembangan budaya digital, dimana industrialisasi dan teknologi komunikasi menjadikan media baru sebagai komodifikasinya. Konsumerisme termasuk bagian dari budaya digital media sosial, dimana seseorang selalu menirukan gaya penampilannya dengan membeli *outfit* yang sedang booming-boomingnya hanya melalui akun media sosial yang digunakan. Selain itu, eksistensi di media sosial merupakan bagian dari budaya digital dengan membuat identitas digital di akun media sosial.

Saat ini *outfit instagramable* digunakan sebagai ekspresi gaya hidup hanya karena memuaskan dirinya dengan mengikuti *trend* kekinian seperti sekarang lagi booming-boomingnya. Hal tersebut disebabkan adanya pengaruh budaya baru yakni budaya digital di media sosial dengan munculnya iklan atau promosi yang dikenakan oleh para selebgram. Biasanya *outfit* mudah sekali mempengaruhi diri seseorang untuk membelinya. Apalagi *outfit* yang dipakai orang lain terlihat kekinian, bagus sehingga rasa tertarik dengan *outfit* orang lain pakai membuat

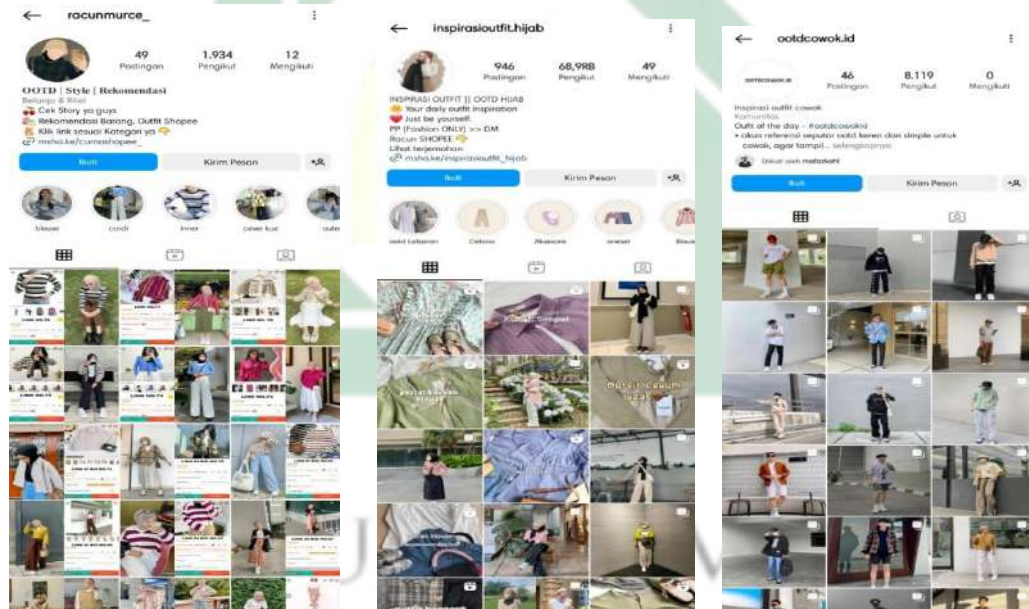
terkecoh untuk rasa memilikinya. Selain itu, juga dipengaruhi oleh iklan-iklan yang muncul di media sosial seperti sekarang lagi booming-boomingnya *outfit* yang dikenakan oleh para selebgram dengan *mix and match* pakaian atasan, pakaian bawahan, aksesoris hingga model hijab kekinian.

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya telah mengikuti adanya perkembangan *trend outfit* saat ini karena rasa penasaran dan ingin tahu untuk memiliki barang-barang yang selalu ter *update* atau kekinian. Pengguna *outfit instagramable* ini secara tidak langsung menjerumuskan Mahasiswa dan Mahasisiwi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup kesehariannya. Mereka akan *meng-update* gaya pakaiannya lebih sering dengan menggunakan barang-barang kekinian sehingga dapat menimbulkan gaya hidup yang berlebihan. Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih dapat memudahkan masyarakat untuk mengakses internet dan mengenalkan kepada seluruh pengguna media sosial lebih mudah untuk mengetahui perkembangan *outfit* kekinian.

Media sosial yang banyak diminati oleh Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya untuk membeli *outfit* seperti shopee. Mereka terinspirasi dari tokoh selebgram di akun instagram. Fitur instagram sekarang juga terdapat tautan belanja *online* dengan memperjualkan barang-barang seperti pakaian perempuan dan laki-laki kekinian.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Mia Dwi Amalia, Mahasiswi Ilmu Komunikasi terkait inspirasi *outfit* yang dikenakan :

“Kalo aku terinspirasi outfit paling banyak dari instagram kayak scroll-scroll instagram wah ternyata ini kok bagus bajunya. Apalagi fitur instagram sekarang ada fitur feeds, reels dan siaran langsung yang dapat melihatkan baju secara detail. Gak hanya itu aja sih dalam postingannya ada tautan link shopee nah mbak-mbak selebgram biasanya meracuni dan memberikan banyak inspirasi untuk beroutfit dan juga menyematkan link disitu jadi aku tertarik karena orang tersebut membeli di shopee juga. Jadi aku bisa tau sebagaimana kondisi livenya barang tersebut. Jadi lebih terpercaya gitu”.⁵⁷



Gambar 4.10

Inspirasi Outfit Selebgram di Akun Instagram

Menurutnya, membeli *outfit* di toko tersebut dapat mempermudah seseorang untuk membelinya dan dapat melihat seperti *real* dari kondisi bahan dan ukuran karena saat ini instagram memperlihatkan dalam

⁵⁷ Mia Dwi Amalia, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 20 Desember 2022

penjualan secara siaran langsung (*live*) dengan memperjualkan barang-barang yang dijual. Jadi, lebih mengerti spesifiknya pakaian mulai dari *size*, bahan, variasi model, dan berbagai warna dari warna yang terang hingga gelap. Aplikasi instagram bisa mentautkan link produk toko *outfit* secara langsung sehingga mahasiswa dapat membuka link toko yang telah direkomendasikan. Toko online terdapat banyak promo dan harga murah sesuai kantong mahasiswa dan sering kali ada voucher gratis ongkir untuk pengirimannya. Sama halnya yang diungkapkan oleh Ayu Ika Lestari, Mahasiswi Ekonomi Syariah mengenai pembelian *outfit* melalui *online* :

*“Biasanya saya kalo mau beli outfit terinspirasi dari selebgram di instagram itu sih. Kayak misalkan ada yang bagus dan cocok sama gaya saya ya saya screenshoot lalu saya ikutilah pokoknya. Jadi di mix and match juga lah kayak ini kayaknya gayanya bagus tapi cuman nanti nggk punya atasannya mungkin nanti atasannya pakek yang gimana-gimana gitu sih pokoknya bisa menyesuaikan lah dan beli di online shop itu mudah untuk diakses, tidak perlu antri, tidak perlu jauh-jauh, dan menghemat waktu”.*⁵⁸

Dari informan tersebut dapat disimpulkan bahwasannya Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengikuti *trend outfit instagramable* saat ini dipengaruhi oleh media sosial yang sering kali dilihat dari akun instagram ataupun lainnya. Mereka meniru *outfit* yang dikenakan seperti tokoh selebgram sehingga lebih mudah didapat dari *online shop*. Penjualan di *online shop* didalamnya terdapat review dan ulasan dari pembeli serta *insight* penjualan yang sangat mempengaruhi pembeli lainnya sehingga barang yang datang sesuai dari segi kualitasnya.

⁵⁸ Ayu Ika Lestari, Mahasiswi Ekonomi Syariah, 6 Januari 2023

Barang-barang pakaian yang lagi *trend* di *online shop* pastinya yang paling laku dan tentunya juga banyak diminati oleh kalangan masyarakat terutama para Mahasiswa dan Mahasiswi sehingga kalau ada yang bagus dan banyak dipakai orang-orang tentunya ada rasa penasaran untuk membelinya. Tampilan yang dipromosikan oleh para selebgram di media sosial terlihat menarik perhatian orang lain untuk membelinya. Banyaknya para selebgram yang mengenakan *outfit instagramable* telah menjadi inspirasi bagi orang lain yang mulai dari tidak bisa berpenampilan hingga bisa mengerti gaya *fashionable*. Adanya *trend outfit* saat ini membuat seseorang hanya takut ketika ia merasa ketinggalan trend yang sedang booming-boomingnya, tetapi tidak terjadi dalam hal membeli barang. Seseorang akan rela menghabiskan uangnya untuk selalu meng-*update* gaya pakaiannya agar dipandang oleh orang lain tidak ketinggalan zaman.

Tidak dipungkiri hal tersebut juga merupakan pola hidup hedonisme yang sudah diikuti oleh kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang cenderung menghabiskan uang hanya untuk kesenangan dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup yang dianut para mahasiswa ini cenderung mewah, glamor, suka menghabiskan uang dan waktu hanya kesenangan semata. Perilaku dan sikap mahasiswa mengarah pada gaya hidup dengan meniru *trend outfit* instagramable saat ini. Hal tersebut gaya hidup yang terjadi pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dianggap hanya menuruti kepuasan materi agar mendapatkan

kesenangan tersendiri bagi dirinya. Secara tidak langsung telah memberikan dampak pada perilaku dan sikap mahasiswa yang membuat berlebihan dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya. Mereka hanya ingin mendapatkan pengakuan dan menjadi pusat perhatian dari lingkungan sekitar maupun teman-temannya dengan mengikuti *trend outfit instagramable* hanya dianggap seseorang yang *trendy* dan eksis. Jika dilihat dari prespektif sosiologis bahwasannya kepuasan seseorang didapat dari barang-barang yang dikonsumsi berkaitan dengan aksesnya yang terstruktur secara sosial.

3. Keinginan atau Kebutuhan Mahasiswa

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer dalam keseharian karena setiap manusia membutuhkan pakaian untuk dikenakan sehari-hari. Seiring berkembangnya zaman pakaian saat ini diciptakan berbagai variasi model yang unik dan menarik sehingga munculnya *trend-trend outfit* kekinian. Adanya *trend outfit* menjadikan pakaian bukan lagi suatu hal kebutuhan. Banyaknya peminat untuk membeli *outfit* setiap keluaran terbaru telah menjadi incaran masyarakat khususnya para Mahasiswa. Hal tersebut telah menggeser yang mulanya pakaian hanya dijadikan sebagai kebutuhan primer namun menjadi suatu hal keinginan seseorang yang harus terpenuhi.

Ketika Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya memang ada keperluan untuk menggunakan *outfit* yang dibutuhkan. Hal

tersebut termasuk kebutuhan primer keseharian. Berbeda jika Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenakan *outfit* hanya dijadikan sebagai ajang adu *outfit* dalam aktivitas perkuliahannya maka bisa disebut sebagai keinginan seseorang yang memang tidak diperlukan namun tetap terpenuhi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Zafira, Mahasiswa Ilmu Komunikasi terkait kebutuhan dan keinginan *outfit* yang dikenakan :

*“Terkadang sesuai kebutuhan terkadang keinginan juga kak. Semisal aku kekurangan baju atau saat lagi butuh baju formal tetapi saya tidak mempunyai baju tersebut jadi saya langsung untuk membeli baju tersebut. Tapi terkadang saya merasa baju saya sudah banyak namun saat ini banyak para selebgram mempromosikan baju-baju dengan model yang unik dengan bahan yang bagus sehingga saya tertarik untuk membelinya. Jadi lebih banyak keinginannya sih ehehe”.*⁵⁹

Menurutnya, mereka cenderung lebih sering membeli *outfit* hanya karena keinginan dibandingkan kebutuhan. Kebutuhan pakaian yang dibeli hanya pada saat acara formal atau kegiatan kuliah ketika tidak memiliki *dresscode* tersebut. Berbeda ketika Mahasiswa hanya memenuhi gaya hidupnya dengan membeli *outfit* yang selalu *ter-update* hanya karena mengikuti *trend* dan tujuannya agar tidak ketinggalan zaman. Disisi lain, pakaiannya sudah banyak dimiliki hanya karena memenuhi keinginannya dan dipengaruhi oleh para selebgram yang selalu menampilkan inspirasi *outfit* terbaru sehingga Mahasiswa dan Mahasiswi selalu tertarik untuk membelinya. Sama halnya yang dikatakan oleh Indy Ufaul Fadiyah,

⁵⁹ Zafira, Mahasiswi Ilmu Komunikasi, 3 Januari 2023

Mahasisiwi Pendidikan Bahasa Inggris mengenai alasan *outfit instagramable* digunakan sebagai ekspresi gaya hidup :

*“Dua-duanya pernah saya alami tapi lebih seringnya biasanya karena keinginan karena aku diracuni sama orang-orang yang dilihatnya kok bagus akhirnya beli, kok lucu pakek ini jadi beli kayak gitu. Untuk kebutuhan biasanya saya butuh baju tersebut kayak blazer buat foto formal, atau butuh celana item buat kerja atau gimana jadi kalau lagi butuh baru beli. Tapi lebih seringnya karena keinginan agar terlihat lebih stylish”.*⁶⁰

Dari informan tersebut, dapat disimpulkan bahwasannya *outfit* yang dikenakan cenderung karena keinginan yang sedang booming-boomingnya sehingga ia mengikuti adanya *trend outfit* saat ini. Pengaruh dari lingkungan sekitar maupun media sosial yang membuat seseorang untuk selalu penasaran untuk membeli *outfit trend* saat ini. Keinginan dalam diri manusia yang dikarenakan rasa penasaran dan gaya hidup yang tinggi membuat seseorang cenderung memenuhi keinginannya dalam berpenampilan dibandingkan mendahulukan kebutuhan lainnya. Sedangkan menurut Lailatul Nikmah, Mahasisiwi Sosiologi mengungkapkan :

*“Bagi aku outfit juga termasuk kebutuhan dan keinginan, karena bagaimana manusia juga masih membutuhkan bahan pokok sandang yaitu outfit sedangkan manusia berlomba-lomba untuk mengoleksi dan menginginkan outfit lebih banyak”.*⁶¹

⁶⁰ Indy Ufaul Fadiyah, Mahasisiwi Pendidikan Bahasa Inggris, 5 Januari 2023

⁶¹ Lailatul Nikmah, Mahasiswi Sosiologi, 23 Desember 2022

Memang pakaian juga termasuk bahan pokok sandang, namun saat ini *outfit* banyak diminati oleh kalangan Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dijadikan sebagai gaya berpenampilan agar terlihat menarik dan mempesona dihadapan orang lain. Sering kali para Mahasiswa dan Mahasiswi menjadikan *outfit* sebagai barang koleksi meskipun *outfit* yang dimiliki sudah banyak. Mereka juga tidak ingin terlihat kuno dalam berpenampilan sehingga lebih mementingkan hasrat pada dirinya demi untuk menutupi rasa gengsinya. Adapun juga yang berpendapat kalau baginya *outfit* dijadikan hanya karena kebutuhan kesehariannya sehingga ia dapat mempertimbangkan antara memenuhi keinginan dan kebutuhannya, seperti yang diungkapkan oleh Bagas Dwi, Ilmu Komunikasi :

“Kalau aku cenderung kebutuhan karena aku beli baju ketika aku butuh aja bukan karna trend terbaru. Soalnya kan outfit juga kebutuhan pokok manusia dan dikarenakan aku membutuhkannya tujuannya hanya agar penampilanku juga lebih menarik dan berkharmatik”.⁶²

Baginya mereka hanya membeli *outfit* ketika pada saat membutuhkan. Ia lebih mementingkan kebutuhan lainnya dibandingkan *outfit* kekinian. Meskipun *outfit* termasuk kebutuhan pokok manusia, namun ia memakai baju sesuai yang dimiliki dan tidak selalu mengikuti *trend outfit* saat ini. Ia akan membeli *outfit* hanya pada saat tidak memiliki baju yang dibutuhkan. Namun disisi lain, ia juga mengikuti gaya hidupnya dengan berpenampilan

⁶² Bagas Dwi, Ilmu Komunikasi, 7 Januari 2023

seperti orang lain. Ia lebih pintar untuk *mix and match outfit* yang dimiliki agar terlihat kece dan berkharismatik. Memang laki-laki tidak banyak untuk mengikuti adanya *trend outfit instagramable* dibandingkan perempuan yang cenderung memiliki rasa penasaran lebih tinggi untuk meniru dan mengikuti setiap adanya perkembangan zaman dalam *trend outfit*.

E. Analisis Outfit Instagramable Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tinjauan Teori Jean Baudrillard Masyarakat Konsumsi dan Hiperrealitas

Pada analisis data ini, peneliti menemukan temuan data yang telah disajikan pada deskripsi hasil penelitian, sehingga dianalisis dengan teori yang digunakan pada penelitian. Peneliti menggunakan teori masyarakat konsumsi dan hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Sebagaimana teori tersebut telah diuraikan pada bab kajian teoretik. Baudrillard mengatakan bahwasannya masyarakat konsumsi dan hiperrealitas saat ini dapat dilihat dari gejala globalisasi dengan beriringan perkembangan zaman yang semakin modern. Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga mempengaruhi pola pikir seseorang untuk berperilaku konsumtif.

Saat ini pola pikir masyarakat tidak berdasarkan pada nilai guna tetapi hadir nilai baru yaitu nilai simbol. Jadi, seseorang mengonsumsi barang dan jasa tidak didasarkan atas nilai guna melainkan nilai tanda simbol

didalamnya.⁶³ Hal tersebut dikarenakan kebutuhan konsumen didapatkan dari keunggulan produk yang ditawarkan. Produk tersebut ditawarkan biasanya melalui iklan dimedia sosial dan media elektronik sehingga ada simbol tersendiri untuk dijadikan sebagai gaya hidup yang mewah ketika digunakan. Jadi, ketika mereka membeli suatu produk seperti *outfit* kekinian saat ini maka dianggap sebagai seseorang yang *trendy* dan modis karena sudah mengikuti perkembangan zaman.

Pada dasarnya iklan tidak membohongi individu tetapi melampaui perekayasaannya makna bahwasannya dalam dunia nyata dan maya tidak dapat dibedakan antara kebenaran dan kepalsuan antara isu dan realitas yang ada.⁶⁴ Hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard bahwasannya berfokus pada dunia nyata dan maya. Masyarakat dapat mengubah perilakunya tidak hanya didunia nyata melainkan dunia maya pun juga bisa melalui ekspresi gaya hidupnya yang ditampilkan dimedia sosial. Pada umumnya, foto yang di-*upload* hanya ditampilkan dari sisi *instagramable* dan pemakaian *outfit trend* saat ini agar lebih dipandang sebagai seorang yang *trendy* dan modis.

Hiperrealitas menurut Baudrillard, menunjukkan bahwasannya melalui instagram mahasiswa dapat leluasa mengekspresikan dirinya dengan gaya penampilan yang dikenakan. Instagram memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang dalam memamerkan gaya penampilannya seolah-olah

⁶³ Medhi Aginta Hidayanti, 'Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik Dan Masa Depan PostModernisme', *Journal of Urban Sociology*, 2.1 (2019), 56–60 <<https://journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi/article/download/610/577>>.

⁶⁴ Astuti.

instagram menjadi tempat bersaing *adu outfit* oleh kalangan mahasiswa. Hasil foto dan video yang diunggah oleh mahasiswa biasanya memperlihatkan dari segi *outfit* yang dikenakan sehingga hal tersebut menjadi bentuk perilaku seseorang yang menunjukkan gaya hidupnya. Unggahan foto yang ditampilkan agar mendapatkan pengakuan bentuk citra diri dari kalangan dunia maya. Biasanya mendapatkan respon berupa *like*, *coment* dari orang lain agar mendapatkan kepuasan dan kesenangan dengan hasil foto dirinya.

Hasil foto yang telah diunggah dengan mengenakan *outfit instagramable* membuat *like* dan *followers* bertambah drastis. Media sosial instagram menjadikan seseorang lebih cepat popularitas dan lebih dikenal oleh kalangan publik. Hal tersebut menjadikan media sosial dapat dijadikan sebagai ajang bersaing dengan memperlihatkan gaya penampilannya melalui foto ataupun video yang diunggah. Unggahan foto yang ditampilkan dikalangan publik terkadang membuat seseorang menjadi lebih tertarik dengan gaya *outfit* yang dikenakan dan bisa juga sebaliknya orang lain tidak suka dengan *outfit* yang dikenakan. Belum tentu menurutnya bagus tetapi menurut orang lain tidak bagus ataupun tidak sopan.

Mengkaji fenomena hiperrealitas pada kalangan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya sudah banyak yang terjadi dalam melakukan perilaku manipulasi realita kehidupan khususnya pada pengguna media sosial instagram. Hal tersebut dikarenakan adanya ketergantungan pada gaya hidup mahasiswa dengan penggunaan media sosial instagram seolah-olah

kehidupannya terlihat fantasi dan tampil hedonis. Penggunaan media sosial dapat dikatakan menjadi salah satu pengaruh ketergantungan bagi para penggunanya. Mahasiswa sering kali meng-*update* gaya penampilannya sesuai dengan *trend* yang sedang booming-boomingnya diinstagram agar mendapat citra dirinya diakui oleh banyak orang dan dikenal keberadaannya.

Disisi lain, ketika seseorang meng-*update* gaya pakaiannya dengan mengikuti perkembangan *trend* yang ada, sehingga dapat menimbulkan seseorang untuk mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Menurut Baudrillard, dalam teori masyarakat konsumsi ini secara tidak sadar membuat seseorang untuk terbiasa melakukannya.⁶⁵ Masyarakat mengkonsumsi barang-barang karena bersifat mengikat sehingga membuat seseorang susah untuk menghindarkannya.⁶⁶ Apalagi adanya *trend outfit instagramable* saat ini tidak bisa terlepas dari kalangan Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Baginya *outfit* merupakan sebuah hal yang tidak terlepas dalam hal gaya hidup sehingga mahasiswa menganggap *outfit* salah satu bentuk personal branding untuk mempunyai karakter yang menjadi sebuah identitas pada dirinya. Faktanya *outfit* memberikan pengaruh terhadap citra diri seseorang agar dapat leluasa mengekspresikan yang ada pada dirinya.

Pengguna *outfit instagramable* ini secara tidak sadar menjerumuskan Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perilaku

⁶⁵ Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*.

⁶⁶ Alfira Astari and Selu Margaretha Kushendrawati, 'Fenomena Masyarakat Konsumen Pada Era Kontemporer: Analisis Filosofis Menurut Jean Baudrillard', 2013, 6 <<https://adoc.pub/fenomena-masyarakat-konsumen-pada-era-kontemporer-analisis-f.html>>.

konsumtif. Mereka memenuhi keinginannya agar dapat memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. Mahasiswa dan Mahasisiwi UIN Sunan Ampel Surabaya akan *meng-update* gaya pakaiannya lebih sering dengan menggunakan barang-barang kekinian sehingga dapat menimbulkan gaya hidup yang berlebihan. Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih dapat memudahkan masyarakat untuk mengakses internet dan mengenalkan kepada seluruh pengguna media sosial lebih mudah untuk mengetahui perkembangan *outfit* kekinian.

Gaya hidup Mahasiswa saat ini dilihat dari gaya berpakaianya dan penampilannya karena *outfit* dianggap sebagai bahan penilaian awal seseorang karena seseorang akan menilai dirinya dengan melihat *outfit* yang dipakai. *Outfit* merupakan salah satu *image* ketika akan bertemu orang lain dengan mengenakan *outfit trend* saat ini menunjukkan karakteristik kepribadian seseorang dan gaya hidupnya. Jadi, nilai simbol dan tanda pada teori tersebut membuat seseorang untuk ikut serta mengkonsumsi barang-barang yang diinginkan hanya karena terpengaruh oleh adanya budaya global. Sering kali masyarakat meniru dan mengikuti budaya global seiring berkembangnya zaman yang bertujuan agar tidak ketinggalan zaman.

Masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang mengkonsumsi barang dan jasa dengan jumlah yang banyak atau sering. Mereka hanya memenuhi hasrat keinginannya yang ada pada dirinya karena dipengaruhi oleh

kegengsian. Rasa gengsi muncul agar tidak merasa tersaingi oleh orang lain.⁶⁷ Dengan menutupi rasa gengsinya Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengikuti adanya *trend outfit* saat ini dengan cara *adu outfit* ketika hendak kuliah sehingga *outfit* yang dikenakan dijadikan sebagai ajang untuk bersaing dengan cara memperlihatkan pakaian yang dikenakan serta menunjukkan kualitas dari gaya hidupnya. Di era modernisasi saat ini, seseorang memandang orang lain dimulai dari penampilannya. Jika, berpenampilan sopan dan rapi maka orang lain akan senang melihatnya dan tidak ragu untuk mendekati.

Menurut Baudrillard masyarakat konsumen dianggap “ada” karena dengan mengkonsumsi barang dan jasa tersebut akan dikenal keberadaannya.⁶⁸ Seringnya mahasiswa mengikuti *trend outfit* akan mudah ditandai dan dikenal oleh mahasiswa lain sehingga dianggap seseorang yang *trendy* dan eksis. Apalagi dengan seringnya mahasiswa dan mahasiswi bergonta-ganti *style outfit* sehingga mudah ditandai hanya dengan mengenakan gaya berpakaian hijaber dan syar'i dengan memadukan *outfit* mamba, bumi, dan kue. Gaya berpakaian mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya cenderung religiusitas dan mengikuti *trend* muslim maupun muslimah. Ciri khas gaya berpakaian mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mematuhi ajaran Islam dengan mengenakan pakaian yang longgar, tidak membentuk lekuk tubuh, tertutup dan bahan pakaian tidak transparan. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya meniru *outfit* yang dikenakan seperti gaya berpakaian hijaber dan syar'i.

⁶⁷ Astari and Kushendrawati.

⁶⁸ Nirzani and Bakti.

Faktanya Mahasiswa dan Mahasiswi prodi berbasis umum seperti sosiologi, ilmu komunikasi, ilmu hukum berbeda dengan prodi berbasis agama yakni ekonomi syariah dan pendidikan bahasa inggris mereka seringkali mengenakan *outfit* dengan ala Islami ataupun syar'i seperti memadukan *blouse* dengan bawahan rok, rok gamis dan lainnya. *Outfit* yang dikenakan tidak kalah menarik juga saat ini banyak model variasi rok yang dijadikan *trend outfit* saat ini dengan variasi *style* seperti menciptakan model dan motif rok kekinian agar terlihat tampak *trendy* membuat Mahasiswi lebih tertarik adanya *trend outfit* saat ini. Tetapi, Mahasiswa dan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya lebih cenderung mengenakan *trend outfit* kekinian dan banyak dijumpai mengenakan gaya berpakaian hijaber dibandingkan gaya berpakaian syar'i.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan juga data pembahasan, peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat diambil terkait penelitian mengenai : (1) Makna *outfit instagramable* bagi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. (2) Penggunaan *outfit instagramable* sebagai ekspresi gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. (3) Faktor-faktor yang mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menggunakan *outfit instagramable* sebagai gaya hidup yaitu :

1. Ada 3 makna *outfit instagramable* yang diberikan oleh mahasiswa yakni :
 - (1) Makna *outfit* mamba mengandung makna perempuan dan laki-laki yang terkesan berani, mandiri, keren dan *masculine*. Dengan adanya perpaduan warna yang netral dan membuat seseorang lebih percaya diri sehingga mereka dapat menampilkan *style outfit* dengan penuh keberanian dihadapan umum.
 - (2) Makna *outfit* bumi mengandung makna perempuan dan laki-laki yang memiliki kesan tenang dan bijaksana. Warna yang dianggap *elegant* dan kalem ini menjadi salah satu acuan dalam gaya berpakaian karena terlihat lebih anggun, hangat dan menarik perhatian orang lain saat dipakai.
 - (3) Makna *outfit* kue menunjukkan seseorang yang tampil percaya diri, berani dan kreativitas dalam memadukan pakaian serba *colorful*.

2. *Outfit instagramable* digunakan sebagai ekspresi gaya hidup Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yakni: (1) dijadikan sebagai identitas seseorang. Seringnya Mahasiswa mengikuti *trend outfit* ala hijaber dan syar'i akan mudah ditandai dan dikenal oleh Mahasiswa lain sehingga dianggap seseorang yang *trendy* dan eksis. Gaya berpakaian mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya cenderung religiusitas dan mengikuti *trend* muslim maupun muslimah. (2) Presentasi diri dalam kehidupan virtual. Hanya melalui foto yang diekspos di media sosial mendapatkan respon dari banyak orang berupa *like*, komentar, dan pengikut. Hal tersebut merupakan respon positif wujud kepuasan dan perhatian diruang publik.
3. Ada 3 faktor yang mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menggunakan *outfit instagramable* sebagai gaya hidup yakni (1) Pengaruh lingkungan sosial. Terkadang mahasiswa mengenakan *outfit* hanya karena menirukan *trend-trend* dan rasa ketertarikan untuk meniru dengan yang dipakai orang lain atau rekomendasi dari teman-temannya. (2) Pengaruh media sosial. Adanya pengaruh budaya baru yakni budaya digital di media sosial dengan munculnya iklan atau promosi yang dikenakan oleh para selebgram. (3) Keinginan atau kebutuhan mahasiswa yang membuat seseorang dapat bergaya. Adanya *trend outfit* menjadikan pakaian bukan lagi suatu hal kebutuhan. Hal tersebut telah menggeser yang mulanya pakaian hanya dijadikan sebagai kebutuhan primer namun menjadi suatu hal keinginan seseorang yang harus terpenuhi.

B. Temuan dan Saran

Dari data hasil penelitian ditemukan bahwa adanya *trend outfit instagramable* secara tidak sadar menjerumuskan mahasiswa dan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam perilaku konsumtif. Mereka akan *meng-update* gaya pakaiannya lebih sering dengan menggunakan barang-barang kekinian sehingga dapat menimbulkan gaya hidup yang berlebihan. Hal tersebut dapat dilihat bahwa gaya hidup mahasiswa saat ini dilihat dari gaya berpakaianya ataupun penampilannya. Dari temuan tersebut peneliti mengemukakan beberapa saran diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Diharapkan bagi Mahasiswa dapat mengontrol agar tidak terlalu berperilaku konsumtif adanya *trend outfit instagramable*. Harus bisa *memanage* keuangan dengan baik dan bisa memilah *outfit* yang dikenakan sesuai dengan kebutuhan bukan lagi keinginan.

2. Bagi Masyarakat

Peneliti juga mengharapkan kepada masyarakat umum tidak berperilaku konsumtif dan juga membiasakan hidup hemat tidak berpengaruh dengan lingkungan sosial maupun media sosial. Harus bisa mengontrol diri untuk tidak berlebihan membeli *outfit* kekinian, harus bisa mengutamakan kebutuhan pokok terlebih dahulu dibandingkan mementingkan keinginan semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Algadrie, Syarifah, 'Pengaruh Gengsi Terhadap Gaya Hidup Remaja Masa Kini', 2022
<<https://www.kompasiana.com/syarifah1203/62b3f7247901697a8839d7f3/pengaruh-gengsi-terhadap-gaya-hidup-remaja-masa-kini>>
- Anshori, Isa, 'State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial', *Islamic Education Journal*, 2.2 (2018), 170
<<https://halaqa.umsida.ac.id/index.php/halaqa/article/view/1554/1728>>
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Arini, Sinta Desi, 'Style Pakaian Anak Muda Jaman Sekarang', 2021
<<https://www.harapanrakyat.com/2021/01/style-pakaian-anak-muda-jaman-sekarang/>>
- Arsita, Nurul & Sanjaya, Vicky F, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram', *Ilmu Manajemen Saburai*, 07.02 (2021), 126
<<http://jurnal.saburai.id/index.php/JIMS/article/viewFile/1390/1030>>
- Astari, Alfira, and Selu Margaretha Kushendrawati, 'Fenomena Masyarakat Konsumen Pada Era Kontemporer: Analisis Filosofis Menurut Jean Baudrillard', 2013, 6 <<https://adoc.pub/fenomena-masyarakat-konsumen-pada-era-kontemporer-analisis-f.html>>
- Astuti, Dwi Yanti, 'Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiperrealitas Visual:

Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media Di Cyberspace', *Komunikasi Profetik*, 08.02 (2015), 19 <<https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/download/1084/988>>

Auliya, Ulfah, 'Gaya Hidup Komunitas Isu (Ikilho Scooters UIN Sunan Ampel Surabaya) Sebagai Counter Culture Modernitas' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)

Chrisnawati, Dian, and Sri Muliati Abdullah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)', *Jurnal Sprirts*, 1.2 (2011), 3 <http://psikologi.ustjogja.ac.id/wp-content/uploads/2016/08/1_DianChrisnawati_MuliatiAbdullah.pdf>

Dani, Naufal, 'Gaya Hidup Berlebihan', 2022 <[https://www.kompasiana.com/naufaldanis6139/629081e353e2c320f51984d2/gaya-hidup-berlebihan#:~:text=Gaya hidup berlebihan adalah gaya,untuk hal yang tidak berguna.](https://www.kompasiana.com/naufaldanis6139/629081e353e2c320f51984d2/gaya-hidup-berlebihan#:~:text=Gaya%20hidup%20berlebihan%20adalah%20gaya,untuk%20hal%20yang%20tidak%20berguna.)>

Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011)

Haris, Muhammad Denny, 'Gaya Hidup Kaum Urban Di Tengah Arus Modernisasi (Studi Di Kelurahan Kedungdoro Surabaya)' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017)

Hasanah, Dian Fitriah, 'Hubungan Religiusitas Dengan Gaya Berpakaian Di Kalangan Mahasiswi FISIP UIN Jakarta' (UIN Jakarta, 2021)

<[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58095/1/DIAN FITRIA HASANAH.FISIP.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58095/1/DIAN_FITRIA_HASANAH.FISIP.pdf)>

Hendariningrum, Retno, and M. Edi Susilo, 'Fashion Dan Gaya Hidup: Identitas Dan Komunikasi', *Ilmu Komunikasi*, 6.2 (2008), 25
<<https://media.neliti.com/media/publications/103100-ID-fashion-dan-gaya-hidup-identitas-dan-kom.pdf>>

Hidayanti, Medhi Aginta, 'Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik Dan Masa Depan PostModernisme', *Journal of Urban Sociology*, 2.1 (2019), 56–60
<<https://journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi/article/download/610/577>>

Iryana, Ulfah, 'Gaya Hidup Syar'I (Makna Penggunaan Makeup Di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)

Jefani, Kerina, 'Tren OOTD Di Media Sosial: Representasi Gaya Hidup Konsumtif Generasi Muda', 2022 <<https://www.gentaandalas.com/tren-ootd-di-sosial-media-representasi-gaya-hidup-konsumtif-generasi-muda/>>

Jushermi, 'Analisis Segmentasi Gaya Hidup Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau', *Jurnal Ekonomi*, 21.1 (2013)
<<https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/1762/1733>>

Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Sosiologi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2015)

Kurniawan, Agung Widhi, and Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016)

- Listyorini, Sari, 'Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1.1 (2012), 14 <<https://media.neliti.com/media/publications/71571-ID-analisis-faktor-faktor-gaya-hidup-dan-pe.pdf>>
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015)
- , *Sosiologi Perubahan Sosial* (Depok: Rajawali Pers, 2018)
- Maulidatus, Lina, 'Gaya Hidup Generasi Millenial Penggemar Kopi Di Coffe Shop Pitstop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021)
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018)
- , *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018)
- Nirzani, and Indra Setia Bakti, 'Konsumerisme Dalam Perspekti Jean Baudrillard', *Jurnal Sosiologi*, 13.2 (2019), 150 <https://www.researchgate.net/publication/343102896_Konsumerisme_dalam_Perspektif_Jean_Baudrillard/link/606dcbb04585150fe98fb89e/download>
- Panjaitan, Saibun, and Marisi Simanungkalit, 'Hubungan Antara Dukungan Keluarga Inti Dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa', *Jurnal Kerusso*, 3.1 (2018), 24 <<https://jurnal.sttii-surabaya.ac.id/index.php/Kerusso/article/view/89/96>>

Raco, J, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2018)

Setiawan, Didit, 'Gaya Hidup Punklung (Studi Kasus Pada Komunitas Punklung Di Cicalengka, Bandung)', *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1.2 (2012), 29
<<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip/article/view/2641/2430>>

Soewadji, Jusuf, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012)

Sugiarto, Eko, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis* (Yogyakarta: Suaka Media, 2015)

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Al-Fabeta, 2008)

———, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Al-Fabeta, 2005)

———, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 2011

Sukaenah, 'Pesan Dakwah Logo Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya', 2022 <https://digilib.uinsa.ac.id/53590/2/Sukaenah_B71218084.pdf>

Syahrum, and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012)

Ulfah, R, IA Ratmanamulyani, and M Fitriah, 'Fenomena Penggunaan Foto Outfit Of The Day Di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri', *Jurnal Komunikatio*, 2.1 (2016), 3

<<https://ojs.unida.ac.id/index.php/JK/article/download/193/961>>

Wafiyah, Anisah Nurul, 'Gaya Hidup Nongkrong Remaja Di Era New Normal
Pandemi Covid-19' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021)

