

**DAMPAK PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP GAYA BERPAKAIAN
REMAJA**

(Studi Pada Siswi Madrasah Aliyah Negeri 1 Model Banda Aceh)

SKRIPSI S-1

Diajukan Oleh:

QATRUNNADA SALSABILA

NIM. 200401070

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY

BANDA ACEH

2024

**DAMPAK PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP GAYA BERPAKAIAN
REMAJA (STUDI PADA SISWI MAN 1 MODEL BANDA ACEH)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
sarjana S-1 dalam ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi dan
Penyiaran Islam**

QATRUNNADA SALSABILA

NIM. 200401070

Pembimbing I

Pembimbing II



Fakhruddin, S.Ag., M.Pd
NIP. 197312161999031003



Dr. Ade Irma, B.H.Sc., M.A.
NIP. 199006112020122015

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh:
Qatrunnada Salsabila
NIM. 200401070**

Pada Hari/Tanggal

**Jum'at, 23 Agustus 2024 M
18 Safar 1446 H**

**Di
Darussalam, Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah**

Ketua

**Fakhruddin, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197312161999031003**

Sekretaris

**Dr. Ade Irma, B.H.Sc., M.A.
NIP. 197309212000032004**

Penguji I,

**Dra. Muhsinah, M.Ag.
NIP. 196312311992032015**

Penguji II,

**Drs. Yusri, M.L.I.S.
NIP. 196712041994031004**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

**Prof. Dr. Kusumawati Hatta, M.Pd.
NIP. 19641220 1984122001**



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Qatrunnada Salsabila

NIM : 200401070

Jenjang : Strata Satu (S1)

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 2024

Pernyataan Penulis,



Qatrunnada Salsabila

NIM.200401070

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan kasih sayang dan rahmat-nya sehingga penulis dapat menyusun karya ilmiah ini. Shalawat beserta salam penulis hantarkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta kepada keluarga dan para sahabatnya yang menjadi suri tauladan terbaik bagi setiap manusia dan alam semesta.

Dengan izin Allah SWT, berkat bantuan dari semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul “Dampak Penggunaan TikTok Terhadap Gaya Berpakaian Remaja (Studi Pada Siswi MAN 1 Model Banda Aceh)”. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih banyak yang tidak terhingga kepada:

1. Cinta pertama dan panutan saya, Ayahanda Jailani. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Terimakasih telah mendidik, membimbing, dan mengasuh saya dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang yang begitu besar serta tidak pernah berhenti memberikan dorongan, perhatian dan doa terhadap saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kepada almh. Ibunda tercinta Nuraini, alhamdulillah kini penulis sudah berada di tahap ini, Kepergian ibunda di masa kecil meninggalkan luka yang tak pernah sembuh dalam hidup penulis. Kehilangan sosok yang paling dicintai membuat penulis tumbuh dalam sepi, tanpa kehangatan seorang ibu. Namun, doa dan semangat beliau yang penulis yakini terus menyertai setiap langkah, menjadi kekuatan yang tak terlihat. Kenangan singkat tentang ibunda menjadi sumber inspirasi yang tak ternilai. Skripsi

ini penulis dedikasikan dengan segenap hati sebagai bukti cinta dan hormat kepada ibunda, yang meski tak sempat menyaksikan, penulis yakin beliau akan bangga di alam sana.

3. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M. Ag, selaku Rektor dan Bapak Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, M.A, selaku Wakil Rektor I, Bapak Prof. Dr. Kairuddin, M.Ag, selaku Wakil Rektor II, Bapak Prof. Dr. Saifullah, M.Ag, selaku Wakil Rektor III UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd, selaku Dekan dan Bapak Dr. Mahmudin, M.Si, selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Fairus, M.A, selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. Sabirin, M.Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom, selaku Ketua dan Ibu Hanifah, M.Ag, selaku Sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
6. Bapak Fakhruddin, S.Ag., M.Pd. selaku Pembimbing I dan ibu Ade Irma, B.H.Sc.,M.A. selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa tanggung jawab dan selalu memberikan bantuan, arahan dan masukan sehingga penulisan skripsi ini dapat rampung di waktu yang tepat.
7. Seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membekali ilmu kepada penulis.
8. Para sahabat penulis Lutfia Maulisa, Assyifa Syatira dan Humaira Dewi Maghfirah selaku sahabat SMA penulis, Terimakasih banyak atas semua doa, semangat dan dukungan serta motivasi kepada penulis.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, pemilik NIM 200602018, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan.

Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.

10. Kepada Dhiya Aula Fillah, Nadia zahara Putri dan Inne Nuriel Primestiske selaku teman seperjuangan yang selalu bersama-sama dari semester pertama hingga penyusunan laporan tugas akhir ini, terimakasih banyak selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, arahan, doa dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

11. Dan kepada teman-teman seperjuangan lainnya pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan baik dari segi isi maupun penulisan yang jauh dari kata kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan jasa-jasa yang disumbangkan oleh semua pihak, Aamiin Yarabbal'alam.

Banda Aceh, 12 Agustus 2024



Qatrunnada salsabila
NIM. 200401070

DAFTAR ISI

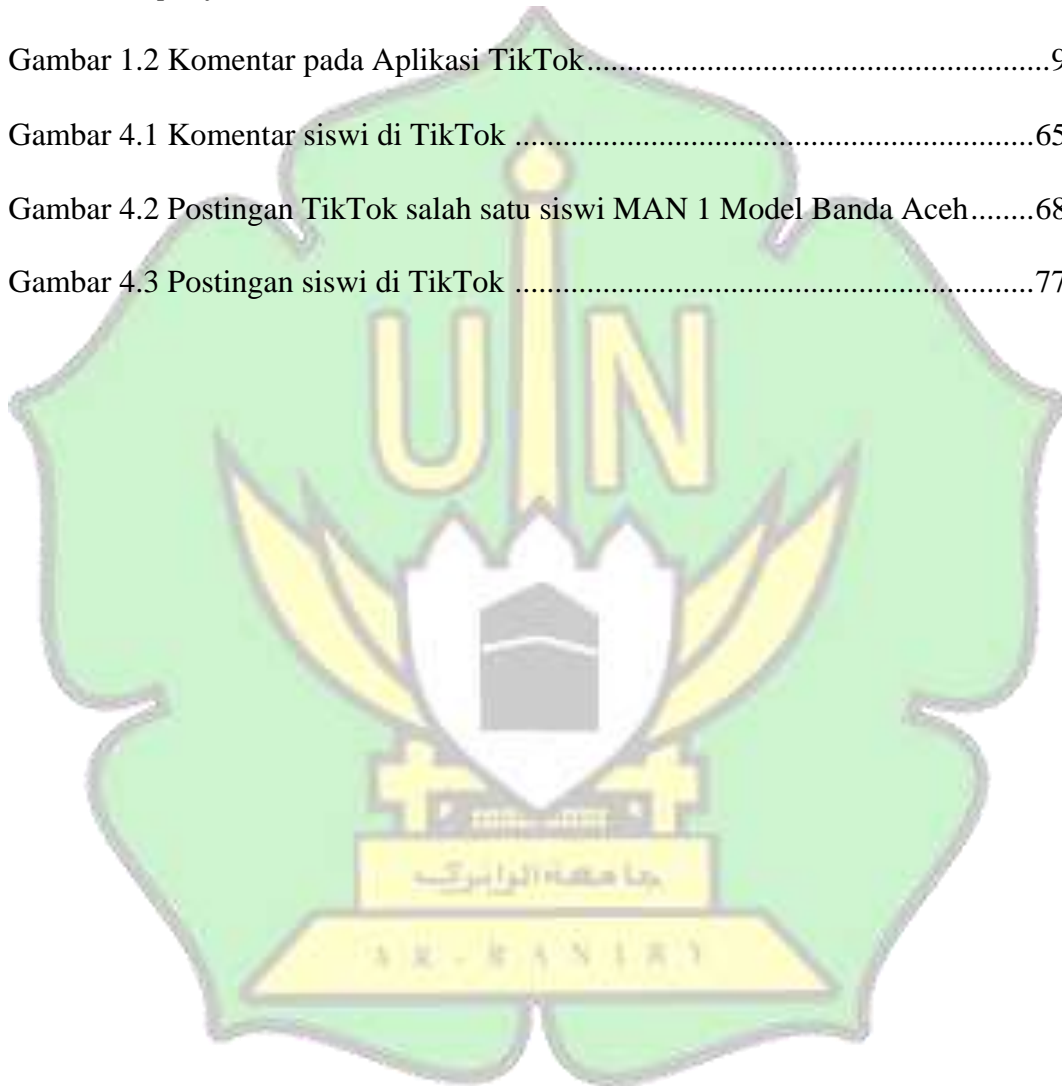
	Halaman
HALAMAN JUDUL
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Definisi Operasional.....	14
F. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	18
A. Penelitian Terdahulu.....	18
B. Media Baru.....	23
C. Media Sosial.....	28
D. Media Sosial TikTok.....	33
E. Dampak Positif dan Negatif TikTok.....	37
F. Gaya Berpakaian.....	40
G. Remaja.....	43
H. Dampak Penggunaan TikTok terhadap Gaya Berpakaian Remaja.....	46
I. Teori Penggunaan dan Kepuasan.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Metode Penelitian.....	50
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	52
C. Lokasi Penelitian.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data.....	53
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Profil MAN 1 Model Banda Aceh.....	57
1. Sejarah MAN 1 Model Banda Aceh.....	57
2. Visi dan Misi.....	62
B. Hasil Penelitian.....	63
1. Pendapat siswi MAN 1 Model Banda Aceh terhadap media TikTok khususnya pada konten gaya berpakaian.....	63

2. Dampak negatif dan positif penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian siswi MAN 1 Model Banda Aceh.....	73
C. Pembahasan.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Figur presentase pengguna internet yang menggunakan setiap <i>platform</i> media sosial di Indonesia (<i>We Are Social</i>).....	2
Gambar 1.2 Komentar pada Aplikasi TikTok.....	9
Gambar 4.1 Komentar siswi di TikTok	65
Gambar 4.2 Postingan TikTok salah satu siswi MAN 1 Model Banda Aceh.....	68
Gambar 4.3 Postingan siswi di TikTok	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Penetapan Pembimbing Skripsi

Lampiran 2. Instrumen Wawancara

Lampiran 3. Dokumentasi Peneliti



ABSTRAK

TikTok, aplikasi berbagi video singkat yang sangat populer, berperan besar dalam mempengaruhi berbagai aspek kehidupan penggunanya, termasuk gaya berpakaian remaja. Remaja, yang berada dalam fase transisi menuju dewasa, sering mencari inspirasi dari media sosial untuk menentukan penampilan mereka. TikTok, dengan fitur seperti tantangan mode, tutorial fashion, dan influencer yang memengaruhi tren, menjadi sumber utama inspirasi bagi gaya berpakaian remaja. Penelitian ini mengkaji ***Dampak Penggunaan Tiktok Terhadap Gaya Berpakaian Remaja (Studi Pada siswi MAN 1 Model Banda Aceh)***. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memberikan gambaran mendalam tentang fenomena ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok secara signifikan mempengaruhi pilihan gaya berpakaian remaja. Banyak siswa yang terinspirasi oleh tren viral di TikTok dan sering memposting penampilan mereka di platform tersebut. Dampak positif dari penggunaan TikTok meliputi peningkatan kreativitas dalam berpakaian, pengetahuan tentang tren mode terkini, dan kesempatan untuk berekspresi secara individual. Namun, ada juga dampak negatif yang perlu diperhatikan, seperti kecenderungan untuk menghabiskan uang lebih banyak untuk mengikuti tren, tekanan untuk memenuhi standar mode yang ditetapkan oleh *influencer*, dan potensi kecemasan tentang penampilan diri. Secara keseluruhan, TikTok berfungsi sebagai pengaruh kuat dalam menentukan gaya berpakaian remaja, menawarkan berbagai inspirasi sekaligus tantangan yang perlu diatasi untuk menjaga keseimbangan antara tren mode dan kesejahteraan pribadi.

Kata Kunci: *Dampak, Tiktok, Gaya Berpakaian, Remaja.*

BAB I

PENDAHULUAN

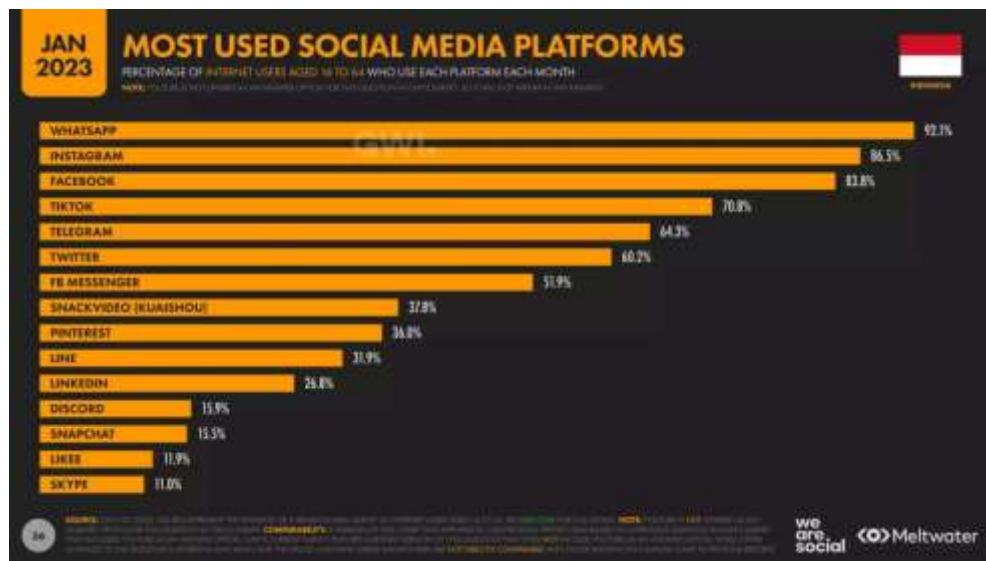
A. Latar Belakang

Globalisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan teknologi. Kehadiran teknologi dapat menciptakan perubahan dalam kehidupan manusia. Penggunaan teknologi yang semakin mudah menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap penggunanya. Sehingga, dapat dikatakan sebagai negara maju yaitu apabila negara tersebut memiliki tingkat penggunaan teknologi tinggi atau *high technology* yang tinggi. Pengetahuan dan teknologi akan terus berkembang. Teknologi juga sangat membantu manusia dan memberikan manfaat jika digunakan dengan bijak. Sebaliknya, teknologi akan memberikan dampak yang buruk jika tidak digunakan secara bijak dan dapat menimbulkan kejahatan. Kehidupan manusia tidak dapat menghindari kemajuan teknologi, dan di dunia modern, internet sangat penting untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi.

Para pengembang aplikasi pun bermunculan dengan ragam inovasi baru, menyediakan banyak *platform* digital yang ditawarkan untuk kebutuhan manusia. Seperti tersedianya Ruangguru sebagai aplikasi perantara dalam pembelajaran, Tokopedia sebagai ruang *e-commerce* jual beli secara *online*, merupakan sedikit contoh dari banyak *platform* yang sudah diciptakan saat ini. Tidak kalah dengan dunia maya, jenis *platform* ini mampu menarik seluruh lapisan masyarakat di belahan dunia dalam menatap layar yang sama. Karena berbeda dengan *platform* lainnya seperti Ruangguru ataupun Tokopedia yang jelas memberikan layanan

bukan hanya untuk menikmati dunia maya saja. Media sosial justru pada awalnya hanya sebagai *platform* untuk mengisi gambar dan video, termasuk cerita yang di unggah dalam bentuk status dan kemudian dibagikan kepada orang-orang yang telah terkait dengannya. Meskipun demikian, netizen (pengguna sosial media) pada akhirnya mampu memanfaatkan media sosial lebih dari sekedar berbagi cerita. Media sosial digunakan untuk mempromosikan karya, menawarkan produk jualan, mengikuti berita terkini, dan banyak juga yang menggunakan media sosial untuk mendapatkan pencerahan spiritual dengan mengikuti akun-akun dakwah yang secara umum setiap harinya memposting tentang pengetahuan keagamaan, motivasi, beribadah, hingga motivasi hidup.

Pengguna media sosial di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Dari data yang diambil melalui “*Hootsuite We Are Social*” Di Indonesia aktif dari total populasi Indonesia sebanyak 276,4 juta jiwa, pengguna media sosial mencapai 212,9 juta dengan penetrasi 77,0% yang terhitung sejak bulan Januari 2023. Sedangkan pengguna aktif media sosial TikTok di Indonesia sebanyak 70,8% dari jumlah populasi.



Gambar 1.1: Figur presentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform media sosial di Indonesia (*We Are Social*)¹

Media sosial adalah sebuah media daring yang memudahkan pengguna untuk saling berbagi, berpartisipasi, dan saling berkomunikasi antara satu dan lainnya. Melihat banyaknya fungsi dan kegunaan dari media sosial ini maka media sosial ini menjadi kebutuhan masyarakat saat ini. Bukan hanya orang dewasa, khususnya remaja dan anak-anak pun sudah tidak asing lagi dengan media sosial.

Media sosial menjadi sebuah alat komunikasi yang bisa membuat orang-orang terhubung kapanpun dan dimanapun. Saat ini jarak bukanlah suatu penghalang untuk berkomunikasi walaupun berjauhan. Selama terhubung ke internet, para pengguna media sosial bisa terhubung satu sama lain. Dengan media sosial yang terhubung ke internet, pengguna dapat memperoleh informasi apa

¹ Andi Dwi Riyanto, *Indonesian Digital Report*, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>, diakses 22 September 2023, jam 13.22 Wib.

saja, kapan aja dan dimana saja. Media sosial ini menjadi wadah yang sangat dibutuhkan dan sangat diperlukan serta membantu pengguna dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial yang kini digemari oleh setiap kalangan ternyata juga mampu memicu pergeseran nilai-nilai sosial dalam masyarakat, khususnya remaja. Media sosial ini telah menjadi salah satu bagian dari pengalaman tumbuh dewasa untuk remaja.

Salah satu dari aplikasi media sosial tersebut adalah TikTok, tak bisa dipungkiri hampir setiap kalangan masyarakat memiliki aplikasi ini, khususnya remaja. Aplikasi TikTok ini merupakan salah satu *trend* di kalangan para remaja pada saat ini. Diantara banyaknya aplikasi media sosial, TikTok merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh remaja masa kini.²

Informasi adalah sebuah rekaman peristiwa atau fenomena yang diamati, informasi juga dapat berupa keputusan-keputusan yang dibuat seseorang.³ Dengan adanya internet, semua orang dapat mencari informasi-informasi yang *up to date* dan *actual* secara cepat sehingga dapat menambah informasi tanpa harus bersusah payah mencari dalam media tekstual seperti jurnal, buku, ataupun majalah ilmiah. Oleh karena itu, dengan adanya informasi pada aplikasi TikTok juga menjadi salah satu manfaat yang sangat besar dari aplikasi ini, khususnya pada pencarian informasi tentang gaya berpakaian *trendy* remaja saat ini. Dari informasi yang

² Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid, "Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19," *CommuniVerse: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 5, no. 2 (2020): 70–80, <https://doi.org/10.36341/cm.v5i2.1278>, Diakses 21 September 2023.

³ Pawit M. Yusup, *ilmu komunikasi, dan kepastakaan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hal.11.

didapatkan, TikTok sendiri juga telah menjadi sarana untuk mempublikasikan kegiatan, barang, tempat dan dirinya sendiri.

TikTok sendiri bukan aplikasi yang baru diluncurkan, aplikasi ini sudah ada dari beberapa waktu lalu. TikTok berasal dari china dan diluncurkan pada awal September tahun 2016 lalu. Pada aplikasi ini banyak menyajikan fitur-fitur seperti video, lagu, stiker, dan lain-lain. Bahkan TikTok sekarang menyediakan wadah untuk berjualan, sehingga para pengguna dapat mempromosikan dagangannya secara *online*, beradu model dan gaya baik dari kalangan artis hingga masyarakat biasa yang ingin membagikan video olah kreativitasnya.

Menurut laporan dari Fatimah Kartini Bohang dalam surat kabar Kompas pada kuartal pertama tahun 2018, TikTok berhasil mencapai prestasi menjadi aplikasi dengan jumlah unduhan tertinggi, mencapai total 45,8 juta unduhan. Hal ini mengungguli *platform* lain seperti *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*. Berdasarkan data dari Kompas, sekitar 42% pengguna TikTok pada saat itu adalah kalangan Generasi Z yang berusia sekitar 18-24 tahun.⁴

Secara esensial, fase remaja adalah periode peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa. Selama fase ini, remaja mencari identitas pribadi, eksplorasi hal-hal baru, dan mengejar minat mereka. Selama fase ini, mereka cenderung berperilaku dengan meniru suatu hal, baik dengan kesadaran maupun tidak disadari. Selain pengaruh dari lingkungan sekitar seperti keluarga dan teman-teman, remaja juga banyak mengambil inspirasi dari dunia maya, khususnya

⁴ Adelia Regina Damayanti, Linda Anjarsari, Namira Anjani. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar" *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, Vol. 2 No. 3 November 2022, hal.218.

melalui media sosial seperti TikTok, karena kebanyakan dari mereka sangat akrab dengan aplikasi tersebut.

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah membawa perubahan signifikan dalam budaya dan gaya hidup remaja di seluruh dunia, termasuk remaja Muslim. TikTok, sebuah *platform* berbagi video yang sangat populer, telah menjadi salah satu alat utama dalam menyebarkan tren mode, gaya berpakaian, dan ekspresi diri. Gaya *fashion* seperti *Outfit of the Day* (OOTD) telah menjadi salah satu tren yang sangat diminati dalam beberapa tahun terakhir. Konsep OOTD merujuk pada cara seseorang menampilkan gaya aksesoris dan pakaian yang mereka gunakan, baik dalam keseharian maupun pada acara-acara khusus, melalui *platform* media sosial. Melalui OOTD, individu dapat menunjukkan pilihan *fashion* mereka kepada publik, memberikan inspirasi, dan mendapatkan umpan balik dari pengikut mereka.

Selain OOTD, konsep lain yang relevan adalah tutorial gaya, *mix and match*, serta usaha untuk mencocokkan aksesoris atau pakaian. Tutorial gaya biasanya memberikan panduan tentang bagaimana memadupadankan pakaian dan aksesoris untuk menciptakan penampilan yang menarik dan sesuai dengan tren terkini. *Mix and match* merujuk pada teknik mencampur berbagai item pakaian dan aksesoris untuk menciptakan tampilan yang unik dan personal. Upaya-upaya ini tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi pribadi, tetapi juga sebagai alat untuk berinteraksi dengan audiens di media sosial.

TikTok, sebagai salah satu *platform* media sosial terpopuler saat ini, telah menjadi pusat pergerakan tren *fashion*. Banyak pembuat konten di TikTok

menggunakan *platform* ini untuk mempromosikan gaya *fashion* terbaru, membuat tutorial *fashion*, dan menginspirasi pengikut mereka dengan berbagai gaya dan kombinasi pakaian. Penampilan yang menarik di TikTok sering kali menjadi daya tarik utama, yang membuat konten tersebut lebih mudah menjangkau audiens yang lebih luas.

Fenomena "*For You Page*" (FYP) di TikTok saat ini tengah menjadi tren besar. FYP adalah fitur yang memungkinkan video untuk muncul di halaman utama pengguna TikTok tanpa memperhatikan jumlah pengikut. Fitur ini memberikan kesempatan kepada siapa saja, tidak hanya kepada mereka yang memiliki banyak pengikut, untuk membuat dan membagikan konten yang bisa viral. Dengan demikian, FYP membuka peluang bagi banyak individu untuk berpartisipasi dalam pembuatan konten *fashion* dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Pengaruh TikTok terhadap gaya berpakaian remaja tidak dapat dipandang sebelah mata. Tren yang berkembang di TikTok sering kali mempengaruhi preferensi *fashion* dan gaya hidup sehari-hari, menciptakan perubahan signifikan dalam cara masyarakat memilih dan menggunakan pakaian serta aksesoris. *Platform* ini berperan sebagai katalisator dalam penyebaran tren *fashion*, membentuk citra diri individu, dan mempengaruhi pola konsumsi *fashion* di kalangan remaja. Dengan adanya *platform* seperti TikTok, perubahan dalam dunia *fashion* menjadi lebih cepat dan lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan. Ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat berperan penting dalam

membentuk dan mempengaruhi gaya hidup modern, termasuk pada lingkup remaja.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa kebiasaan belanja masyarakat kini semakin banyak dipengaruhi oleh TikTok *Shop*, terutama ketika melihat selebriti TikTok yang mempromosikan berbagai produk, mulai dari pakaian hingga kosmetik dan skincare. TikTok *Shop* menjadi *platform* yang efektif dalam menarik perhatian konsumen karena integrasi antara konten promosi dan fitur *e-commerce* yang mudah diakses.

Keputusan pengguna TikTok untuk melakukan pembelian sering kali didorong oleh pengaruh dari selebriti atau *influencer* yang mereka ikuti di *platform* tersebut. Ketika pengguna melihat idola mereka atau figur publik lainnya mempromosikan produk di halaman utama mereka, terutama pada bagian "*For You Page*" (*FYP*), mereka cenderung merasa terinspirasi untuk meniru gaya atau membeli produk yang dipromosikan. Pengalaman ini menunjukkan bagaimana pengaruh sosial dari selebriti di TikTok dapat mendorong konsumen untuk membeli produk. Sebagai contoh, seorang *influencer* yang memposting video tentang produk *skincare* yang mereka gunakan dengan hasil yang terlihat nyata dapat mendorong pengikutnya untuk membeli produk yang sama. Video tutorial yang menampilkan produk kecantikan, pakaian terbaru, atau aksesoris juga sering kali mendapatkan perhatian besar dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Contoh konkret dari fenomena ini bisa dilihat pada kasus di mana *influencer fashion* terkenal memposting video OOTD yang menampilkan koleksi pakaian dari merek tertentu. Pengikut yang melihat video ini mungkin merasa

terdorong untuk membeli pakaian dari merek tersebut agar dapat meniru gaya yang ditampilkan oleh influencer favorit mereka. Selain itu, promosi produk kosmetik yang dilakukan oleh selebriti TikTok, yang menunjukkan hasil penggunaan produk tersebut dengan jelas, sering kali memicu minat pembelian di kalangan pengikut mereka. Selain itu, TikTok memungkinkan integrasi langsung antara konten dan pembelian, menjadikannya lebih mudah bagi pengguna untuk melakukan transaksi langsung dari video yang mereka tonton. Hal ini menciptakan pengalaman belanja yang lebih seamless dan instan, di mana konsumen tidak hanya terinspirasi oleh konten yang mereka lihat tetapi juga dapat segera melakukan pembelian tanpa harus meninggalkan aplikasi.

Dengan demikian, pengaruh selebriti TikTok memainkan peranan penting dalam keputusan pembelian pengguna TikTok Shop. *Trend* ini mencerminkan bagaimana media sosial, terutama platform seperti TikTok, dapat secara signifikan memengaruhi pola konsumsi dan preferensi belanja di kalangan masyarakat. Pengguna cenderung mengikuti dan meniru apa yang dilakukan oleh idola mereka, yang pada gilirannya meningkatkan minat dan pembelian produk yang dipromosikan oleh selebriti di TikTok. Contohnya sebagai berikut:



(Gambar 1.2. Komentar pada aplikasi TikTok)

TikTok menjadi lebih menarik perhatian pengguna nya karena terdapat konten spill outfit, dimana banyak orang-orang khususnya remaja yang mencari rekomendasi pakaian, *skincare* atau serangkaian perawatan kulit yang dapat merawat kesehatan dan kecantikan kulit, dll di media sosial. Bahkan bisa saja pengguna aplikasi TikTok yang memiliki niat untuk mencari hiburan justru teracuni oleh konten *fashion*, yang awalnya tidak berniat membeli jadi membeli suatu produk di TikTok. Hal tersebut kadang bisa saja membuat seseorang menjadi konsumtif karena membeli barang yang belum tentu memiliki manfaatnya. Ketika melihat video TikTok yang di anggap menarik beberapa pengguna TikTok jadi

teracuni konten yang berisi tentang *fashion* lalu mereka meniru atau mengimitasikan gaya konten kreator yang membuat video tersebut. Walaupun terkadang apa yang mereka beli nantinya tidak begitu berguna. Keunikan dari konten *spill outfit* pada aplikasi Tiktok yaitu membuat orang lain ingin membeli dan mencoba barang yang konten kreator perlihatkan dalam videonya. Konten *spill outfit* selalu terus menerus *update* bahkan dengan adanya fitur Tiktok *shop* lebih mempermudah seseorang untuk berbelanja.

Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surah Al-Ahzab ayat 59 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾

Artinya: “Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin: Hendaklah mereka mengulurkan jilbab mereka ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenali (sebagai perempuan yang baik) dan supaya mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Ayat ini mengandung pesan mengenai kewajiban berpakaian dengan sopan dan cara berpakaian yang dapat menghindarkan diri dari gangguan serta menjaga kehormatan. Di era media sosial, termasuk TikTok, di mana banyak orang terpapar berbagai konten fashion dan kecantikan, penting untuk tetap ingat pada prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam ajaran agama, termasuk tentang berpakaian yang sopan dan sesuai syariat. Terlepas dari tren dan pengaruh luar, berpakaian sesuai dengan ketentuan agama membantu menjaga integritas dan

kehormatan diri. Konten fashion yang beredar di media sosial bisa mempengaruhi pilihan dan gaya berpakaian seseorang. Namun, dalam konteks keimanan dan ajaran agama, memilih pakaian yang sesuai dengan tuntunan agama harus menjadi prioritas utama, bukan hanya mengikuti tren semata.

Peneliti memilih siswi MAN 1 Model Banda Aceh sebagai subjek penelitian karena mereka dibekali Pendidikan agama yang cukup di sekolahnya. Seluruh guru, wali kelas, dan juga guru pendamping juga mendidik dan mengawasi dalam penggunaan media sosial mereka. Oleh karena itu peneliti ingin melihat apakah penggunaan TikTok juga berdampak pada gaya berpakaian mereka.

Dari hasil observasi lapangan yang dilakukan peneliti pada beberapa akun TikTok siswi MAN 1 Model Banda Aceh, terdapat ada beberapa siswi yang mencari referensi video yang menampilkan gaya berpakaian *trendy* sesuai dengan mode tren TikTok saat ini, seperti pakaian *streetwear*, gamis, hijab, atasan *crop*, celana kulot, atau aksesoris. Memakai pakaian sesuai tren sebenarnya tidak menjadi masalah, namun menjadi masalah adalah ketika pakaian yang mereka gunakan tidak sesuai dengan norma berpakaian muslim, hal ini dapat memengaruhi banyak kalangan remaja yang melihat tertarik untuk mengikuti tren pakaian yang sama. Hal tersebut merupakan perbuatan yang *imma'ah*. *Imma'ah* merupakan karakter seseorang yang hanya ikut-ikutan tanpa memfilter baik dan buruk. Hal ini akan membuat orang lalai dan tidak pernah merasa puas.

Dari contoh tersebut membuktikan bahwa TikTok memang salah satu media untuk memperlihatkan sesuatu yang mereka miliki dan membentuk citra

bahwa mereka adalah pribadi yang memiliki gaya berpakaian yang kekinian. Islam mengajarkan cara berpakaian yang sering disebut sebagai “aurat” atau bagian tubuh yang harus ditutupi. Hal ini menjadi panduan bagi umat islam untuk memahami bagaimana gaya berpakaian dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagaimana yang telah peneliti uraikan di atas bahwa bagi setiap muslim pakaian merupakan suatu kewajiban yang harus dikenakan untuk menutup auratnya, seperti yang terdapat dalam firman Allah SWT. (Q.S. Al - A'raf : 26) yang berbunyi :



يَبْنِيَّ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْءَتِكُمْ وَرِيثًا وَلِبَاسِ
التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya:

“Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.”

Dari kandungan surah Al – A'raf ayat 26 tersebut, maka dapat diambil hikmah bahwa Allah SWT telah berpesan kepada manusia untuk menutupi aurat. Pakailah pakaian dan perhiasan yang layak. Pakaian yang taqwa mencerminkan kesucian dan kepatuhan kepada Allah SWT, ini adalah pengingat kepada manusia untuk senantiasa berpakaian sesuai dengan norma yang sudah ditanamkan dalam islam.

Selama mereka diawasi dan dikontrol oleh pihak guru dan orang tua, maka menggunakan TikTok dan mengunggah video berpakaian di dalamnya sah-sah saja. Namun penggunaan TikTok tanpa pengawasan ditakutkan akan berdampak pada gaya berpakaian yang tidak sesuai dengan remaja seusia mereka, jika dibiarkan terlalu lama maka akan membentuk para remaja menjadi pribadi yang suka ikut-ikutan *trend* dan akan terjerumus ke dalam gaya berpakaian yang bebas. Terlalu sering menggunakan TikTok juga dikhawatirkan menjadi lalai dan mengganggu proses belajar mereka. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengkaji tentang, “*Dampak Penggunaan TikTok Terhadap Gaya Berpakaian Remaja (studi pada Siswi MAN 1 Model Banda Aceh)*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apa pendapat siswi MAN 1 Model Banda Aceh terhadap media TikTok khususnya pada gaya berpakaian?
2. Bagaimanakah dampak positif dan negatif penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian siswi MAN 1 Model Banda Aceh?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada penelitian di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pendapat siswi MAN 1 Model Banda Aceh terhadap media TikTok khususnya pada gaya berpakaian.
2. Untuk mengetahui dampak positif dan negatif penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian siswi MAN 1 Model Banda Aceh.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai bahan rujukan dan sumbangan bagi dunia ilmu komunikasi khususnya tentang media sosial TikTok.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis: menambah wawasan penulis mengenai dampak informasi yang didapatkan dari TikTok terhadap gaya berpakaian remaja, untuk selanjutnya dijadikan acuan dalam menggunakan aplikasi TikTok.

- b. Bagi Lembaga Pendidikan: dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk membangun kepala Pendidikan yang ada, termasuk para pendidik yang ada didalamnya agar bisa memberi penyuluhan tentang penggunaan TikTok dan informasi yang ada di dalamnya,

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan bisa menambah kajian ilmiah sehingga dapat menjadi acuan peneliti berikutnya.

E. Definisi Operasional

1. Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.

Dampak dibagi kedalam dua pengertian yaitu:

a. Pengertian Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, menyakinkan, mempengaruhi atau memberikan kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik dan positif. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, menyakinkan, memengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

b. Pengertian Dampak Negatif

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak negatif merupakan keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang

lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.⁵

Dapat disimpulkan bahwa dampak merupakan suatu tindakan yang terjadi di karenakan perubahan tingkah laku seseorang baik yang bersifat positif maupun negatif. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal.

2. TikTok

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi TikTok adalah sebuah jejaring sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang.

3. Gaya Berpakaian

⁵ Nurshalinawati, Dampak Penggunaan *Gadget* terhadap minat belajar usia dini 5-6 tahun di TK PGRI Kulo KAB. Sidenreng Rappang, Skripsi, (Online), Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2022, hal.13. Diakses 25 September 2023.

Secara umum dapat dikatakan gaya berpakaian itu mengacu pada cara seseorang memilih dan mengenakan pakaian mereka. Ini mencakup kombinasi pakaian, sepatu, aksesoris, dan tata rias yang dipilih individu untuk menciptakan penampilan yang mencerminkan identitas, gaya, dan preferensi mereka. Gaya berpakaian ini dapat bervariasi mulai dari formal hingga santai, sederhana hingga eksentrik, dan bisa menjadi ekspresi diri yang kuat bagi banyak orang.

4. Remaja

Remaja adalah fase perkembangan manusia yang biasanya terjadi antara anak-anak dan dewasa. Rentang usia remaja ini bisa bervariasi, tetapi seringkali mencakup usia dari sekitar 12 hingga 18 tahun. Remaja merupakan suatu usia dimana mereka mulai mengalami banyak perubahan fisik, emosional, dan sosial serta mencari identitas pribadi dan kemandirian.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, dengan sistematika penulisannya sebagai berikut: Bab satu merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, tujuan masalah, manfaat penulisan, definisi operasional dan sistematika penulisan. Bab dua membahas tentang kajian pustaka yang terdiri dari penulisan terdahulu, landasan konseptual, dan landasan teori. Pada bab dua ini mengandung pengertian media baru, media sosial, media sosial TikTok, gaya berpakaian, remaja, dampak penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian remaja, teori *Uses And Gratification*. Bab tiga membahas tentang metode penulisan yang digunakan pada skripsi ini, seperti jenis penulisan, subjek

penulisan, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data. Bab empat membahas tentang hasil penulisan yang telah dilakukan dan pembahasan yang mencakup di dalamnya meliputi hasil penulisan, dan pembahasan sesuai dengan judul skripsi. Bab lima memuat tentang kesimpulan dariPP penulisan serta saran dalam penulisan skripsi. Sedangkan tata cara dalam penulisan skripsi, semua berdasarkan buku panduan yang telah disediakan oleh pihak Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk lebih terarah dan fokus dalam melakukan penelitian terlebih dahulu penelitian menyajikan beberapa kajian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Shazrin Daniyah, Khansa, Kinkin, Yulianty, Subarsa, Putri pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap gaya Hidup Remaja”. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and Gratification. Teori tersebut menjelaskan mengapa konsumen menggunakan media tertentu dan apa fungsi media tersebut bagi mereka.⁶ Metode dari penelitian ini adalah kuantitatif yang mana pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang dianggap sebagai penyelidikan terorganisir tentang fenomena melalui pengumpulan data numerik dan pelaksanaan Teknik statistik, matematika atau komputasi.

Hasil penelitian menyimpulkan sebagian besar dari mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta setuju bahwa sosial media TikTok memberi pengaruh terhadap gaya hidup remaja dikarenakan mudahnya akses informasi atau hiburan yang didapatkan melalui aplikasi tersebut. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis bivariat diketahui, bahwa nilai signifikansi didapat sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini berarti social media TikTok memiliki Pengaruh yang signifikan juga terhadap gaya hidup remaja yang dimana pada

⁶ Shazrin Daniyah, Khansa, Kinkin, Yulianty, Subarsa, Putri, *Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup remaja*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.5, No. 1, (Januari,2025), hal.133

penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta.

Kesamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada teori *Uses and Gratification* dan sama-sama menggunakan sosial media TikTok, penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh sosial media TikTok terhadap gaya hidup remaja, sedangkan pada penelitian ini meneliti tentang dampak penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian remaja. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, sedangkan metode penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif.

2. Penelitian selanjutnya oleh Dr. Winda Kustiawan, MA, Ramadhani Nanda Amelia, Samudra Sugiarto dengan judul “Dampak Media TikTok Terhadap Perilaku Remaja Pada Era Globalisasi”. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat cenderung menggunakan analisis dan bersifat deskriptif.

Terdapat hasil dari penelitian ini adalah kemajuan teknologi akan berpengaruh negatif pada aspek sosial budaya khususnya dikalangan remaja dan pelajar kemudian kenakalan dan tindak menyimpang dikalangan remaja semakin meningkat dan semakin lemahnya kewibawaan tradisi – tradisi yang ada di masyarakat. Selanjutnya terjadinya pola interaksi antar manusia yang berubah. Sedangkan dampak positif dari media sosial tersebut adalah remaja dapat belajar cara beradaptasi dan bersosialisasi dengan publik serta dapat mengelola jaringan

pertemanan.⁷ Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah berbedanya objek penelitian. Pada penelitian sebelumnya meneliti pada Mahasiswa/i Komunikasi Penyiaran Islam sedangkan pada penelitian ini meneliti pada Siswi Man Model Banda Aceh.

3. Prianbodo (2018) meneliti tentang “Pengaruh TikTok Terhadap Kreatifitas Remaja Surabaya”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh TikTok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian mempunyai dua variabel yaitu variabel *independent* X yakni Remaja menggunakan aplikasi “TikTok” dan variabel dependen Y terhadap variabel terikat atau Kreativitas Remaja Surabaya.⁸

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier sederhana dengan menggunakan program komputer bernama SPSS versi 17.0. Berdasarkan hasil analisis korelasi dan regresi sederhana linier sederhana bahwa variabel Remaja menggunakan aplikasi “TikTok” memiliki hubungan signifikan dengan nilai koefisien korelasi 0.645 terhadap variabel Tumbuhnya Kreativitas karena nilai korelasi bernilai kuat karna nilai kolerasi pada penelitian ini berada pada interval koefisien antara 0,60 - 0,799. Dalam penelitian ini dihasilkan bahwa aplikasi “TikTok” memiliki pengaruh sebesar 41,6% terhadap tingkat kreativitas remaja. Pengaruh TikTok Terhadap Kreatifitas Remaja Surabaya. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi

⁷ DR. Winda Kustiawan, MA, Dkk, “Dampak Media TikTok Terhadap Perilaku Remaja Pada Era Globalisasi”, Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen, Vol. 02, No. 1 (2022).

⁸ Prianbodo, B. (2018). Pengaruh TikTok Terhadap Kreatifitas Remaja Surabaya. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.

Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Bagus Prianbodo dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada objek penelitian sama-sama mengkaji pada penggunaan aplikasi TikTok pada remaja.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Bagus Prianbodo dengan penelitian yang penulis lakukan adalah metode yang digunakan, penelitian Bagus Prianbodo menggunakan metode kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dan analisis data dengan menggunakan aplikasi SPSS. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan dengan menggunakan metode kualitatif, pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

4. Prakoso (2020) meneliti tentang Penggunaan Aplikasi TikTok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar penggunaan aplikasi TikTok di Kelurahan Waydadi Baru serta efeknya terhadap perilaku keagamaan remaja islam di Kelurahan Waydadi Baru tersebut. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, serta dokumentasi untuk mendapatkan data yang valid dan mendalam mengenai permasalahan dalam penelitian ini. Strategi *sample* yang penulis pilih adalah *purposive* sampling, sehingga penulis melakukan kriteria terlebih dahulu untuk menentukan *sample*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok di Kelurahan Waydadi Baru cukup besar, dimana para penggunanya adalah kalangan remaja. Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media untuk mendapatkan hiburan.

Efek Penggunaan aplikasi TikTok terhadap penggunaannya terhadap perilaku keagamaan dilihat dari beberapa perilaku yakni : perilaku kepada Allah, Orang Tua, Diri Sendiri, serta perilaku terhadap lingkungan Masyarakat dimana tidak ada efek yang begitu negatif dan signifikan yang bisa mengubah perilaku remaja. Remaja di Kelurahan Waydadi Baru tetap melakukan segala tindakan sesuai dengan apa yang diajarkan oleh orang tua dan agama. Melalui RISMA diharapkan mampu menjadi wadah kreatifitas dan menjaga perilaku remaja dari dampak negatif media sosial. Kesimpulan dari penelitiannya adalah media sosial itu memiliki efek yang buruk tergantung dari bagaimana penggunaannya. Perilaku keagamaan tidak akan berpengaruh dari menggunakan aplikasi TikTok karena itu merupakan perilaku lahiriah yang sudah dimiliki sebelum adanya aplikasi TikTok, hanya saja aplikasi TikTok berpengaruh terhadap pengelolaan waktu yang kurang baik. Intinya adalah semua tergantung dari penggunaannya.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Agis Dwi Prakoso dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada objek penelitian sama-sama mengkaji pada penggunaan aplikasi TikTok pada remaja dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Agis Dwi Prakoso dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada fokus penelitian, penelitian Agis Dwi Prakoso berfokus pada penggunaan aplikasi TikTok dan efeknya terhadap

perilaku keagamaan remaja islam. Sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan adalah dampak penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian remaja.⁹

5. Penelitian oleh Rizky Azizah, Revina Sinta Ananda, Andhita Risiko Faristiana dengan judul “ Dampak TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan” Penelitian ini bertujuan untuk membahas apa saja dampak media TikTok terhadap perilaku remaja di era globalisasi. Metode dari penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif yang merupakan pendekatan yang lebih condong pada analisis dan deskripsi. Materi yang digunakan dalam penelitian sebelumnya meliputi artikel dan jurnal yang telah dipublikasikan. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode wawancara.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perubahan sosial terjadi sebagai hasil dari penemuan – penemuan baru atau modifikasi dalam masyarakat, termasuk perkembangan teknologi semakin pesat dan pengaruh media sosial dalam kehidupan remaja. Perubahan ini memiliki dampak besar pada kehidupan sehari hari remaja.¹⁰

B. Media Baru

Media baru (*new media*) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan konvergensi teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan berjaringan. Contoh media yang benar-benar mewakili media baru adalah Internet. Menurut Marshall McLuhan (pakar ilmu komunikasi asal

⁹ Prakoso. A.D (2020). Penggunaan Aplikasi TikTok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

¹⁰ Risky Azizah, Dkk, “ *Dampak TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan*”, Student Scientific Creativity Journal (SSCJ), Vol. 01, No. 4, (2023), hal. 399-414.

Kanada), media baru atau *new media* adalah perkembangan teknologi komunikasi yang dalam sejarahnya telah memperluas jangkauan komunikasi manusia. Disisi lain, McLuhan menggunakan istilah media baru untuk mengartikan sesuatu yang sangat mirip dengan yang dimaksudkan saat ini. Sejak zaman McLuhan, istilah media baru muncul dan bertahan serta mempunyai banyak definisi yang bisa disesuaikan dengan konteks penggunaannya.¹¹

1. Karakteristik Media Baru

Media baru memiliki enam karakteristik, yaitu:¹²

- a. Jaringan: Suatu jaringan dicirikan oleh fungsi-fungsi yang saling menghubungkan dalam arti sempit maupun luas. Oleh karena itu, pengguna dapat dengan mudah terhubung satu sama lain dalam jangkauan tak terbatas.
- b. Interaktivitas: Interaktivitas berarti pengguna dapat berpartisipasi aktif dan berproses secara langsung pada media, sehingga dapat dikatakan sebagai pengontrol.
- c. Digitalisasi: Media digital ditandai dengan peralihan dari media analog. Media digital yang lebih modern dapat mengubah data menjadi angka tanpa terlebih dahulu mengubahnya menjadi objek fisik, seperti gambar, teks, suara, dan teks. Digitalisasi membuat akses data menjadi lebih mudah dan cepat.

¹¹ Haryaji Catur Putera Hasman, <https://haryaji.blog.uma.ac.id/2022/11/01/apa-itu-media-baru/> diakses pada tanggal 2 juni 2024.

¹² Bimo Mahendra, "Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram", *Jurnal Visi Komunikasi, Online*, Vol. 6 No. 01, hal. 154, diakses pada 23 Juni 2024.

- d. *Hypertext*: Ini adalah link dalam bentuk teks yang menyediakan jaringan koneksi ke teks lain. Media baru menggunakan *hypertext* untuk memudahkan pengguna mencari informasi yang sama atau terkait dengan cepat, sehingga memperoleh lebih banyak informasi.
- e. *Virtual*: Media baru menggambarkan hal-hal nyata sebagai sesuatu yang virtual. Virtualitas didefinisikan sebagai ciri budaya postmodern dimana masyarakat maju secara teknologi karena memiliki aspek pengalaman sehari-hari yang disimulasikan secara teknologi.
- f. *Simulasi*: Media baru mengacu pada simulasi sebagai imitasi dan representasi. Sebuah simulasi dapat menghadirkan tiruan suatu objek atau peristiwa tertentu, atau dalam hal ini dunia nyata yang dihadirkan di dunia maya dan difasilitasi oleh teknologi yang digunakan

2. Fungsi dan Manfaat Media Baru

Seperti kita ketahui bersama, komunikasi massa adalah proses berbagi informasi kepada khalayak luas sekaligus melalui suatu bentuk teknologi. Oleh karena itu, bentuk teknologi tertentu yang digunakan untuk menyebarkan informasi adalah media. Manfaat media baru dalam aplikasi adalah sebagai berikut:¹³

¹³ Admin, “*Teori New Media: Pengertian, Fungsi, dan Manfaatnya*” <https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-manfaatnya/> (diakses pada 03 juni 2024, pukul 12.59).

a. Informasi

Mengirim dan berbagi informasi adalah fungsi utama media. Karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan, media memberikan fakta dan opini yang benar dan tepat waktu tentang peristiwa dan situasi kepada publik sebagai bahan informasi. Informasi yang diberikan media massa dapat bersifat subjektif, objektif, subjektif, primer, dan sekunder. Fungsi informasi media juga memungkinkan khalayak memahami apa yang terjadi di sekitarnya dan menemukan kebenaran. Media menyebarkan informasi terutama melalui siaran berita di radio, televisi, surat kabar atau kolom majalah.

b. Pendidikan

Media memberikan pendidikan dan informasi yang berbeda kepada masyarakat di semua tingkatan. Mereka mencoba mengedukasi masyarakat secara langsung atau tidak langsung melalui berbagai bentuk konten. Misalnya, program pendidikan jarak jauh merupakan pendekatan langsung. Drama, dokumenter, wawancara, *feature story* dan masih banyak program lainnya disiapkan untuk mengedukasi masyarakat secara tidak langsung. Khususnya di negara-negara berkembang, media massa digunakan sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

c. Hiburan

Fungsi penting lainnya dari media adalah sebagai hiburan yang juga dipandang sebagai fungsi media yang paling jelas dan sering digunakan. Sebenarnya hiburan adalah salah satu bentuk pertunjukan yang memberikan

kesenangan kepada orang lain. Media memenuhi fungsi ini dengan memberikan hiburan kepada orang-orang dengan koran dan majalah, radio, televisi, dan media *online* menawarkan cerita, film, serial, dan komik untuk menghibur audiensnya. Olahraga, berita, *review* film, seni dan *fashion* adalah contoh lainnya yang membuat waktu rekreasi dan waktu luang penonton lebih menyenangkan dan menyenangkan.

d. Persuasi

Ini adalah fungsi lain dari media massa, karena persuasi melibatkan pengaruh terhadap pikiran orang lain. Media massa mempengaruhi khalayak dengan berbagai cara, mengingat konten media membentuk opini dan menetapkan agenda di benak masyarakat. Ini mempengaruhi suara, mengubah sikap, dan memodulasi perilaku. Melalui editorial, artikel, *review*, dan sebagainya, media massa dapat membujuk khalayaknya, meskipun tidak semua khalayak menyadarinya. Banyak dari mereka tanpa sadar terpengaruh atau termotivasi ketika mereka melihat iklan sebagai contoh sesuatu yang dirancang untuk membujuk khalayak.

e. Pengawasan

Pengawasan atau *surveillance* menunjukkan observasi yang berarti mengamati masyarakat dari dekat. Fungsi media massa adalah untuk mengamati masyarakat secara dekat dan terus menerus serta memberikan peringatan tentang tindakan-tindakan yang mengancam khalayak massa yang kemungkinan besar akan terjadi di masa mendatang guna mengurangi kemungkinan kerugian tersebut. Demikian pula media massa juga menginformasikan tentang perbuatan tercela

yang terjadi di masyarakat kepada pihak yang berwenang dan mencegah terjadinya malpraktek di kalangan khalayak massa di masyarakat. Ini juga termasuk menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, gunung berapi yang meletus, kondisi ekonomi yang lesu, peningkatan inflasi atau serangan militer

f. Sosialisasi

Sosialisasi adalah transmisi budaya dan media adalah reflektor masyarakat yang mensosialisasikan orang, terutama anak-anak dan pendatang baru. Sosialisasi adalah proses di mana orang dibuat untuk berperilaku dengan cara yang dapat diterima dalam budaya atau masyarakat mereka. Melalui proses ini, masyarakat belajar bagaimana menjadi anggota masyarakat atau masyarakat manusia dalam arti yang lebih besar. Padahal proses sosialisasi media membantu membentuk perilaku, sikap dan keyakinan masyarakat yang mana proses sosialisasi mendekatkan orang dan mengikat mereka menjadi satu kesatuan.

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah *platform* di Internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung secara virtual dengan orang lain. Platform media sosial tersebut mencakup berbagai *website* dan aplikasi seperti *Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok*, dll. Melalui media sosial, pengguna dapat berbagi ide, foto, video, dan informasi lainnya dengan teman, keluarga, dan bahkan khalayak global yang lebih luas. Selain itu, media

sosial juga digunakan untuk berbagai tujuan seperti jaringan profesional, pemasaran, promosi produk, berita, dan hiburan.

Media sosial merupakan sebuah fenomena dalam dunia digital yang menyediakan *platform* interaktif untuk pengguna berkomunikasi, berbagi konten, dan membentuk komunitas daring. Dengan munculnya teknologi internet, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memungkinkan individu, kelompok, dan organisasi untuk terhubung secara global tanpa batasan geografis. Dengan fitur-fitur seperti pembuatan profil pribadi, penggunaan kata kunci, dan algoritma, media sosial memfasilitasi berbagai bentuk interaksi, mulai dari komunikasi satu lawan satu hingga partisipasi dalam diskusi publik yang melibatkan ribuan atau bahkan jutaan pengguna. Melalui media sosial, pengguna dapat menyampaikan opini, berbagi konten multimedia, mempromosikan produk atau layanan, serta membangun jejaring sosial yang luas. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi cara individu berinteraksi, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada bidang-bidang seperti politik, bisnis, pendidikan, dan budaya. Dengan demikian, media sosial bukan hanya merupakan alat komunikasi digital, tetapi juga merupakan bagian penting dari dinamika sosial kontemporer yang patut diteliti secara mendalam.

Menurut Jumartin Gerung dalam buku *Media Sosial dalam Digital Marketing*, pengertian media sosial adalah media *online* (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara *online* di internet.¹⁴ Media sosial adalah *platform* digital yang memungkinkan pengguna untuk berbagi,

¹⁴ Pengertian dan Istilah, “*Pengertian Media Sosial, Ciri-Ciri dan Fungsinya*”, <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-media-sosial-ciri-ciri-dan-fungsinya-20NLhAo6t3k/full>, diakses pada 11 juni 2024.

berinteraksi, dan terhubung dengan orang lain secara *online*. Media sosial sendiri merupakan media yang memiliki banyak pengguna. Pesan yang disampaikan pun tidak hanya untuk satu orang saja, namun bisa untuk banyak orang hanya dengan mengirimkan sekali pesan. Hal ini sangat berguna karena bisa menghemat waktu orang yang ingin menyebarkan informasi kepada khalayak ramai. Pesan yang disampaikan melalui media ini lebih cenderung cepat daripada media-media lain seperti media elektronik dan media cetak. Selama akses internet lancar maka informasi akan bisa terkirim beberapa detik setelah komunikator mengirimnya.

2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial mencakup beberapa elemen yang menjadi ciri khas dan membedakannya dari *platform* komunikasi lainnya. Berikut adalah beberapa karakteristik utama media sosial:

- a. Interaksi Pengguna: Media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain secara langsung melalui berbagai fitur seperti komentar, suka, dan berbagi konten. Interaksi ini bisa berupa komunikasi satu lawan satu, atau melibatkan sejumlah besar pengguna dalam diskusi publik.
- b. Berbagi Konten: Pengguna dapat dengan mudah membagikan berbagai jenis konten seperti teks, gambar, video, dan tautan web dengan pengikut mereka atau dalam komunitas yang relevan. Hal ini memungkinkan informasi untuk menyebar dengan cepat dan luas di seluruh *platform*.

- c. Kustomisasi Profil: Setiap pengguna dapat membuat profil pribadi yang mencerminkan identitas dan minat mereka. Ini sering mencakup foto profil, biografi singkat, dan daftar minat atau kegiatan yang relevan.
- d. Keterbukaan dan Transparansi: Media sosial sering menekankan keterbukaan dan transparansi, memungkinkan pengguna untuk melihat dan mengikuti aktivitas orang lain dalam jaringan mereka. Ini juga memungkinkan pengguna untuk mengetahui informasi tentang sumber konten yang mereka konsumsi.
- e. Algoritma dan Personalisasi: Sebagian besar *platform* media sosial menggunakan algoritma untuk menyaring dan menampilkan konten yang relevan untuk setiap pengguna berdasarkan minat, aktivitas sebelumnya, dan profil mereka. Ini menciptakan pengalaman pengguna yang personal dan disesuaikan.
- f. Jejaring Sosial: Media sosial memungkinkan pengguna untuk membangun dan memelihara jejaring sosial yang luas dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis. Ini memfasilitasi terbentuknya komunitas *online* yang kuat.
- g. Mobil dan Akses Daring: Kebanyakan *platform* media sosial dapat diakses melalui perangkat seluler, memungkinkan pengguna untuk terhubung dan berinteraksi kapan pun dan di mana pun mereka berada.
- h. Integrasi dengan Konten Multimedia: Media sosial memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengunggah, menonton, dan berbagi

konten multimedia seperti foto dan video, yang menjadi bagian penting dari pengalaman pengguna.

- i. Memahami karakteristik ini membantu dalam merancang strategi komunikasi dan interaksi yang efektif di media sosial serta memahami dampaknya dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya.

3. Peran Media Sosial

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan modern, dengan beberapa aspek utama yang membedakannya:

Pertama, kemudahan penggunaan menjadi salah satu keunggulan utama media sosial. *Platform-platform* ini dirancang untuk dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh berbagai kalangan masyarakat, bahkan oleh mereka yang tidak memiliki latar belakang dalam teknologi informasi. Cukup dengan memiliki perangkat seperti komputer atau ponsel serta koneksi internet, siapa pun dapat mulai berinteraksi dan berpartisipasi di dalamnya

Kedua, media sosial memungkinkan interaksi sosial yang lebih mendalam dan terarah. Melalui fitur-fitur seperti komentar, pesan pribadi, dan forum diskusi, pengguna dapat membangun hubungan yang personal dengan pelanggan atau audiens mereka. Ini tidak hanya memfasilitasi komunikasi dua arah yang efektif, tetapi juga memperkuat keterlibatan dan loyalitas konsumen terhadap merek atau individu.

Selain itu, jangkauan global adalah salah satu kekuatan utama media sosial. Dengan potensi untuk menjangkau audiens di seluruh dunia, *platform* ini memungkinkan konten disesuaikan untuk setiap segmen pasar, bahkan dengan

mempertimbangkan perbedaan budaya dan bahasa. Hal ini memberikan kesempatan besar bagi bisnis untuk meningkatkan visibilitas mereka secara global dan memperluas pangsa pasar.

Terakhir, media sosial menyediakan alat-alat analisis dan pelacakan yang canggih. Dengan bantuan teknologi ini, pengguna dapat mengukur efektivitas kampanye pemasaran mereka dengan akurat. Dari jumlah pengikut dan interaksi hingga tingkat konversi dan ROI (Return on Investment), semua dapat dianalisis secara mendalam. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan strategis yang lebih baik dan lebih terinformasi dalam mengelola dan mengoptimalkan upaya pemasaran mereka. Dengan demikian, media sosial bukan hanya sekadar alat untuk berkomunikasi, tetapi juga merupakan *platform* yang kuat untuk membangun hubungan, memperluas jangkauan, dan mengukur keberhasilan bisnis dalam era digital ini.¹⁵

D. Media Sosial TikTok

Salah satu jenis dari media sosial yang banyak digunakan pada saat ini adalah TikTok. TikTok adalah salah satu *platform* media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit, dilengkapi dengan berbagai fitur seperti musik, filter, *shopping* dan alat kreatif lainnya. *Platform* ini awalnya diluncurkan dengan nama Douyin oleh perusahaan China, ByteDance, pada bulan September 2016. Douyin mencapai 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan video setiap hari hanya dalam waktu satu

¹⁵ Risky Ramanda Gustam, "Karakteristik Media...", hal. 232

tahun. Melihat cepatnya popularitas Douyin, ByteDance memutuskan untuk memperluas cakupan *platform* ini di luar China dengan nama TikTok.¹⁶

TikTok dikenal karena fitur-fitur yang memungkinkan pengguna untuk berkreasi dengan berbagai cara. Misalnya, pengguna dapat memilih lagu atau audio dari perpustakaan TikTok yang luas untuk menyertakan latar belakang musik dalam video mereka, serta menambahkan efek visual dan filter untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik visual video.

Platform ini sangat populer di kalangan generasi muda dan remaja, dengan fokus pada konten yang kreatif, menghibur, dan sering kali mengikuti tren atau tantangan (*challenges*) yang viral melalui penggunaan hashtag tertentu. TikTok menggunakan algoritma rekomendasi yang kuat untuk menyarankan konten kepada pengguna berdasarkan preferensi mereka, meningkatkan kemungkinan konten viral dan penggunaan yang lebih lama di *platform* tersebut.

Selain sebagai *platform* hiburan pribadi, TikTok juga digunakan oleh individu, influencer, dan merek untuk pemasaran dan promosi. Ini karena kemampuannya dalam mencapai audiens yang luas dan terlibat secara aktif, serta menyediakan cara yang inovatif untuk berinteraksi dengan pengguna melalui komentar, pesan langsung, dan kolaborasi.

Sebagai fenomena global, TikTok telah mempengaruhi budaya populer, tren *fashion*, musik, dan bahkan politik dengan memfasilitasi ekspresi pribadi dan komunitas dalam skala yang luas. Dalam konteks akademik, *platform* ini menarik perhatian peneliti sebagai studi kasus untuk menggali secara mendalam dampak

¹⁶ Wikipedia, “*TikTok*”, tersedia <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok> diakses pada 20 Juni 2024.

signifikan penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian remaja, dengan harapan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana *platform* media sosial modern ini memengaruhi praktik budaya dan kehidupan sehari-hari remaja saat ini.

1. Manfaat TikTok

Aplikasi TikTok memiliki berbagai manfaat yang signifikan, antara lain:

- a. **Kreativitas dan Ekspresi Diri:** TikTok memberikan *platform* bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui video pendek. Pengguna dapat menggunakan berbagai efek, musik, dan alat editing untuk membuat konten yang unik dan menarik.
- b. **Hiburan:** TikTok menawarkan hiburan yang mudah diakses dan beragam untuk penggunanya. Video-video lucu, informasi bermanfaat, tantangan (*challenges*), dan konten-konten viral lainnya menghibur pengguna dari berbagai latar belakang.
- c. **Pembelajaran dan Pengetahuan:** Selain hiburan, TikTok juga digunakan sebagai *platform* pembelajaran informal. Pengguna dapat membagikan tips, trik, tutorial, dan pengetahuan dalam berbagai bidang seperti masakan, keterampilan hidup, seni, dan lain-lain.
- d. **Pengembangan Keterampilan:** TikTok dapat membantu pengguna dalam mengembangkan keterampilan baru, baik

itu dalam bidang editing video, presentasi diri, atau bahkan dalam hal menjadi seorang influencer digital yang efektif.

- e. Komunitas dan Koneksi Sosial: TikTok memungkinkan pengguna untuk terhubung dan berinteraksi dengan komunitas besar dari seluruh dunia. Hal ini memperluas jaringan sosial mereka dan memungkinkan pertukaran ide serta pengalaman dengan orang-orang dari latar belakang yang berbeda.
- f. Peluang Karir dan Penghasilan: Bagi beberapa pengguna yang berhasil membangun audiens besar, TikTok dapat menjadi *platform* untuk memulai karir di bidang entertainment, influencer marketing, atau bahkan sebagai brand ambassador. Hal ini membuka peluang untuk mendapatkan penghasilan melalui kolaborasi dengan merek atau monetisasi konten.
- g. Kesenangan dan Rasa Kepemilikan: TikTok memberikan pengguna rasa kepemilikan terhadap konten mereka sendiri. Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang unik dan melihat respons dari audiens dapat memberikan pengalaman positif dan membangkitkan rasa pencapaian.

Dengan demikian, TikTok tidak hanya sekadar aplikasi media sosial biasa, tetapi juga *platform* yang menyediakan berbagai manfaat positif bagi

penggunanya, dari segi hiburan, pembelajaran, pengembangan keterampilan, hingga peluang karir dan konektivitas sosial yang luas.

2. Kelebihan dan Kelemahan TikTok

Berikut beberapa keunggulan dan kelemahan TikTok:¹⁷

a. Kelebihan TikTok

- 1) Memperluas jaringan pertemanan.
- 2) Mendapatkan informasi terkini dengan mudah karena bersifat interkoneksi yang tidak ada sekat.
- 3) Menyimpan momen berupa foto dan video pada galeri akun pengguna
- 4) Menjadi sarana beriklan.

b. Kelemahan TikTok

- 1) Menampilkan informasi yang sangat beragam dan bisa jadi sebagian informasi tersebut menjadi tidak pantas untuk dilihat oleh remaja dan anak-anak.
- 2) Menjadi tempat ajang unjuk diri oleh sebagian orang.

E. Dampak Positif dan Negatif TikTok

Aplikasi TikTok memiliki dampak negatif dan positif bagi remaja, diantaranya adalah:¹⁸

¹⁷ Intan Musdalifah, Nikmah Salisah, "Cyberdakwah: TikTok Sebagai Media Baru", Jurnal Komunida:Media Komunikasi dan Dakwah, Vol. 12, No. 02, (2022) <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/index>, diakses pada 21 Juni 2024.

¹⁸ Feni Aprilia, "Dampak Negatif dan Positif dari Fenomena Aplikasi "Tik Tok" bagi Remaja", https://www.kompasiana.com/fenyaprilias3947/5b4ee4306ddcae02aa20ad58/dampak-negatif-dan-positif-dari-fenomena-tik-tok-saat-ini-bagi-remaja#google_vignette, diakses pada 4 juli 2024.

1. Dampak Positif :

- a. Sebagai aplikasi yang mendorong kreativitas masyarakat dalam menciptakan karya.
- b. Aplikasi untuk mengekspresikan kreativitas khususnya dalam membuat video, aplikasi Tik Tok sendiri merupakan salah satu *platform* untuk membuat video dengan efek-efek khusus dan unik dengan mudah. Douyin juga menyediakan berbagai musik latar video sehingga memungkinkan pengguna membuat video yang lebih menarik.
- c. Aplikasi TikTok ini juga berbasis video dan musik, yang dapat melatih remaja atau anak-anak untuk mengasah kemampuan mengedit video agar mendapatkan konten yang lebih bermanfaat.

2. Dampak Negatif:

- a. Secara tidak langsung TikTok menjadi alasan mengapa generasi remaja suka menari dengan ria. Jika Anda termasuk orang yang sering aktif di Instagram, pasti akan menjumpai berbagai video yang dibuat oleh beberapa netizen menggunakan aplikasi TikTok ini. Ada yang biasa saja, ada pula yang luar biasa dan keterlaluan. Bahkan ada beberapa remaja dan anak-anak yang bergoyang dengan ria yang tidak wajar.
-

- b. Menghasilkan video yang tidak pantas, tidak hanya remaja, tetapi juga membiarkan anak-anak ikut serta dalam pembuatan video TikTok demi mendapat respon dari banyak netizen. Mereka berani menyanyikan lagu dewasa dan bertingkah laku seperti orang dewasa.
- c. Kalau ini dianggap sebagai media hiburan, maka *YouTube* lebih baik. Memang benar tujuan utama aplikasi ini adalah untuk hiburan, namun tidak benar kalau terlalu menghibur juga. Kita mungkin sudah tidak asing lagi dengan berbagai berita viral terkait aplikasi ini, baik yang mengejutkan maupun yang menyedihkan. Bahkan kita bisa mengasah kemampuan kita sebagai *content creator* secara langsung melalui aplikasi yang lebih cocok.
- d. Banyaknya video tidak pantas yang menjadi contoh perilaku buruk remaja dan anak-anak masa kini. Mungkin kita juga tahu bahwa banyak video yang penggunanya melakukan perilaku tidak pantas yang menyimpang dari penistaan agama, seperti membuat video orang menari saat melaksanakan salat berjamaah. Ironisnya, banyak akun yang mengunggah video serupa tanpa menyadari bahwa video yang diparodikannya bukanlah hal yang tepat untuk diparodikan, sehingga menambah beragam perilaku nakal di kalangan anak-anak masa kini. Dalam hal ini, diperlukan peran keluarga dan orang tua untuk mendidik anak dan memberikan arahan bagi anak yang kecanduan TikTok. Belum lagi kasus-kasus

lain dimana pengguna terkena dampak negatif karena melakukan tindakan buruk dan akhirnya merugikan diri sendiri.

- e. Beberapa orang menjadi sangat kreatif saat mencoba membuat video lucu sehingga mereka tidak tahu mana yang pantas dan tidak. Banyak remaja yang sangat kreatif dalam membuat video sehingga mendapat banyak respon dari orang lain. Namun mereka sepertinya tidak berpikir sebelum merekam apa yang mereka lakukan. Mungkin mereka hanya ingin tahu cara membuat video yang oke, bagus, menarik, dan mendapat banyak respon dari penontonnya, serta tidak peduli apakah yang mereka tampilkan itu baik atau buruk bagi orang lain atau dirinya sendiri.

F. Gaya Berpakaian

Menurut Van Hoeven, gaya dalam kamus Belanda-Indonesia merupakan cara tertentu yang dapat diikuti oleh beberapa atau kelompok pada sewaktu-waktu tertentu yang dapat bertukar. Gaya tidak hanya berfokus pada bidang busana saja, tetapi juga dalam aspek-aspek lain yang pada umumnya diartikan sebagai *lifestyle*. Jika dihubungkan dengan cara berpakaian bisa dikatakan bawasanya mode atau gaya merupakan penampilan yang sedang menjadi sebuah modus pada sewaktu-waktu serta di tempat tertentu.

Gaya pakaian ini dapat berubah sesuai zaman. Pakaian merupakan sebuah ekspresi yang menunjukkan identitas yang dimiliki seorang individu. Pada teori *expeetensy viloations* gaya berpakaian ialah sebuah cara berkomunikasi yang

dapat mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap si pemakai terkait kredibilitas serta nilai menarik dalam sebuah tingkatan. Gaya berpakaian masa kini menganut gaya informal dan formal.¹⁹ Gaya berpakaian dalam pandangan islam semestinya menjadi acuan *lifestyle* bagi setiap remaja muslim, terutama dalam mengimplementasikan nilai-nilai dasar keagamaan. Oleh karena itu, secara umum ada 3 ketentuan tata busana seorang Muslimah yang sesuai dengan tuntunan ajaran islam, diantaranya:

1. Tidak boleh memakai pakaian ketat sehingga mengundang rangsangan yang juga dijelaskan dalam Qur'an surah An-Nur ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْتَبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٣١﴾

Artinya: “Katakanlah kepada para perempuan yang beriman hendaklah mereka menjaga pandangannya, memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (bagian tubuhnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya. Hendaklah pula mereka tidak menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, ayah

¹⁹ Adelia Damayanti, dkk, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar”, Jurnal KOMDIS, VOL. 2, No. 3, November (2022), hal. 220.

mereka, ayah suami mereka, putra-putra mereka, putra-putra suami mereka, saudara-saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara perempuan mereka, para perempuan (sesama muslim), hamba sahaya yang mereka miliki, para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Hendaklah pula mereka tidak mengentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung.”

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa hakikat seorang muslim hendaklah menjaga kehormatannya dengan cara menutup auratnya. Berpakaian secara transparan dan ketat dapat menimbulkan perhatian lebih yang pada akhirnya menimbulkan syahwat. Sesuai dengan pendapat para ulama dalam mazhab syafi'i, seorang wanita hendaklah memakai pakaian yang longgar, jilbab yang tebal yang menutup hingga ke dada sehingga tidak memperlihatkan lekuk tubuhnya.²⁰

2. Tidak memakainya dengan tujuan ingin terkenal. Maksudnya berpakaian secara berlebihan ini akan menimbulkan sifat takabur dan ria. Dan juga tidak dibenarkan memakai pakaian lusuh untuk menarik perhatian orang karena ingin disebut tawadhu' (rendah hati). Dalam hal ini hendaknya seorang Muslimah itu memakai pakaian yang sederhana sesuai dengan kapasitasnya. Dalam konteks ini juga, Nabi Muhammad SAW bersabda:

²⁰ F. Muhammad Nashiruddin al-Albani, *"Kriteria Busana Muslimah"*, (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'I, 2010), hal. 168.

“Siapa yang memakai pakaian (yang bertujuan menguundang) popularitas, maka Allah akan mengenakan pakaian untuknya pakaian kehinaan pada Hari Kemudian, lalu dikobarkan pada pakaiannya itu api” (HR. Abu Daud dan Ibn Majah).

Adapun makna di sini adalah apabila tujuan memakainya mengundang perhatian dan bertujuan untuk memperoleh popularitas. Adapun jika yang bersangkutan memakainya bukan dengan tujuan itu, lalu kemudian melahirkan popularitas akibat pakaiannya, maka semoga niatnya untuk tidak melanggar dapat menoleransi popularitas yang lahir itu. Sebagaimana seorang perempuan tidak boleh membuka bagian tubuh dibawah dada sampai lutut untuk mahramnya dan perempuan lain ketika aman dari timbulnya fitnah.²¹

3. Tidak boleh memakai pakaian bergambar sesuatu yang bernyawa dan bergambar salib. Dapat dilihat pada era ini banyak ditemukan pakaian bergambar makhluk hidup, bergambar salib dan juga bertuliskan kata-kata yang tidak sopan dengan berbagai desain.

G. Remaja

Masa remaja adalah masa dimana seorang individu berkembang dan menunjukkan tanda-tanda seksual sekunder pertama hingga saat ia mencapai kematangan seksual. Remaja adalah seseorang yang berkembang menjadi dewasa yang meliputi kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Remaja mempunyai rasa ingin tahu yang kuat dan sedang menjalani proses perkembangan sebagai persiapan menuju masa dewasa.

²¹ Ahmad Al-Hajji Al-Kurdi, "Hukum-Hukum Wanita dalam Fiqh Islam", (semarang: Dina utama, 1995). Hal. 186.

Remaja merupakan suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada dibawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau paling tidak sejajar. Remaja ada di antara anak dan orang dewasa. Oleh karena itu remaja sering dikenal dengan fase “mencari jati diri. Remaja masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya. Masa remaja merupakan fase transisi dimana individu tumbuh dari masa anak-anak menuju dewasa. Wirawan menjelaskan bahwa untuk mendefinisikan remaja harusnya disesuaikan dengan budaya setempat, sehingga untuk Indonesia digunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah dengan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut.²²

1. Pada usia 11 tahun biasanya mulai tampak tanda-tanda sekunder.
2. Dalam masyarakat Indonesia, usia 11 tahun sudah dianggap akil baligh, baik menurut adat maupun agama.
3. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas ego, tercapainya fase *genital* dari perkembangan psikoseksual, dan tercapainya puncak perkembangan kognitif, maupun moral.
4. Batas usia 24 tahun adalah merupakan batas maksimal, pada usia ini biasanya merupakan batas maksimal bagi mereka yang masih bergantung kepada orangtua.

²² Wirawan dalam Khamim Zarkasih Putro, “memahami ciri dan tugas perkembangan Masa Remaja”, APLIKASIA, Online, VOL. 17, No. 1, Hal. 26 diakses pada 21 Juni 2024.

5. Status perkawinan sangat menentukan apakah individu tersebut masih digolongkan remaja atau sudah menjadi dewasa.

Remaja merasa dirinya harus eksis dan kekinian dilingkungannya agar mereka bisa mendapatkan teman, jika mereka tidak eksis maka mereka akan kesulitan mendapatkan teman dan beradaptasi dengan lingkungan mereka. Agar bisa eksis, mereka tentunya harus mencari informasi tentang apa yang sedang *nge-trend* saat itu, atau mencari referensi tentang pakaian yang akan mereka tiru dan tampilkan di dalam akun TikTok mereka.

Remaja memiliki ciri-ciri sebagai berikut:²³

- a. Masa remaja sebagai periode yang penting.

Perkembangan fisik yang begitu cepat disertai dengan cepatnya perkembangan mental, terutama pada masa awal remaja. Semua perkembangan ini menimbulkan perlunya penyesuaian mental serta perlunya membentuk sikap, nilai, dan minat baru.

- b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Pada fase ini, remaja bukan lagi seorang anak dan bukan juga orang dewasa.

- c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Selama awal remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung pesat.

- d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

²³ Bimo Mahendra, "Eksistensi sosial remaja dalam Instagram", Jurnal Visi Komunikasi, Online, Vol. 16 No. 01, hal. 154. Diakses 21 Juni 2024.

Ketidakmampuan mereka untuk mengatasi sendiri masalahnya menurut cara yang mereka yakini, banyak remaja akhirnya menemukan bahwa penyelesaiannya tidak selalu sesuai dengan harapan mereka.

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Lambat laun remaja mulai mendambakan identitas diri dan tidak puas lagi dengan menjadi sama dengan teman-temandalam segala hal, seperti sebelumnya.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Anggapan stereotip budaya bahwa remaja suka berbuat semaunya sendiri menyebabkan orang dewasa harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja.

g. Masa remaja masa yang tidak realistik

Para remaja biasanya melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang mereka inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal harapan dan cita-cita.

H. Dampak Penggunaan TikTok terhadap Gaya Berpakaian Remaja

Menurut Waralah Cristo dampak adalah suatu yang diakibatkan oleh sesuatu yang dilakukan, bisa positif dan negatif atau pengaruh kuat yang mendatangkan akibat baik negatif maupun positif.²⁴

²⁴ Waralah Criato, "Pengertian Tentang Dampak", (Jakarta: Bandung Alfabeta, 2008), hal. 12.

Menurut penulis, jika ditinjau dari penggunaan TikTok, dampak positifnya adalah TikTok merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunanya membagikan informasi pribadi berupa foto dan video, selain membagikan ke akun TikTok, pengguna juga bisa membagikan informasi pribadi mereka ke media sosial lainnya seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*, TikTok juga memudahkan penggunanya mendapatkan informasi terbaru seperti tentang informasi hiburan, pengetahuan umum, gaya hidup masa kini, *update* berita terkini, dan masih banyak lagi dampak positif lainnya.

Sedangkan dampak negatif dari TikTok terhadap gaya hidup siswi adalah mereka kurang percaya diri dengan penampilannya sehingga cenderung meniru apa yang ada di TikTok, kurangnya pengawasan dalam penggunaan TikTok juga mengakibatkan terganggunya waktu para remaja dalam berkomunikasi dengan lingkungan sekitarnya dan berkurangnya waktu belajar, penggunaan TikTok dan mengkonsumsi informasi yang kurang tepat ditakutkan akan berdampak pada ke-eksistensian para remaja yang berlebihan seperti suka memamerkan barang atau kekayaan dan kesombongan.

Sifat boros menurut imam Syafi'i adalah perilaku membelanjakan harta tidak pada jalannya. Sebagian ulama memahaminya sebagai suatu pengeluaran yang bukan haq, sehingga jika seseorang mengeluarkan hartanya sebanyak apapun tetapi untuk perkara yang benar (haq), maka orang tersebut tidaklah disebut sebagai seorang pemboros.²⁵ Allah SWT mengelompokkan orang-orang yang

²⁵ Ummi Alifah, skripsi: "*Makna Tabzir dan Israf Dalam Al- Qur'an*", Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2016, Online, hal. 5. Diakses pada 24 juni 2024.

boros sebagai saudara-saudara setan, karena mereka selalu mengeluarkan hartanya untuk sesuatu yang tidak berguna dan bukan untuk dijalan Allah.²⁶

Allah SWT menegur hamba-hambanya yang dibuat menjadi lalai dengan sesuatu yang bukan bagian dari tujuan mereka diciptakan, yaitu beribadah kepada Allah. Kemudian bermegah-megahan di sini adalah bermegah-megahan dalam hal harta, hal ini akan membuat orang lalai dalam bermegah-megahan dan tidak pernah merasa puas.

I. Teori Penggunaan dan Kepuasan

1. Teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratification theory*)

Teori *uses and gratification* adalah teori komunikasi massa yang membahas efek media pada manusia. Lebih tepatnya, teori ini menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Apabila terpenuhi kebutuhannya, manusia akan merasa puas. Bisa jadi, mereka mengulangi media yang sama untuk memuaskan kebutuhan. Dengan kata lain, teori *uses and gratification* lebih condong pada apa yang dilakukan manusia terhadap media, ketimbang apa yang diperbuat media untuk manusia.²⁷

Kebanyakan teori komunikasi massa ini memandang khalayak sebagai pengguna pasif. Artinya khalayak (pengguna) tidak mampu berbuat apa-apa terhadap media serta informasi yang disajikan.

Namun, berbeda dengan teori *uses and gratification*. Sebab, teori ini memandang khalayak sebagai pengguna aktif. Artinya, khalayak ini bebas

²⁶ *Ibid.* hal. 7.

²⁷ Vanya Karunia Mulia Putri, 'Teori Uses and Gratification: Pengertian dan Contohnya', tersedia <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/16/100000669/teori-uses-and-gratification--pengertian-dan-contohnya?page=all> diakses pada 27 September 2024.

menggunakan jenis media apa yang akan dikonsumsi sesuai kebutuhannya. Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang memperkenalkan teori ini. Teori *uses and gratification* ini diperkenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Artinya, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, dalam teori *uses and gratifications* ini diasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.²⁸

Dapat dikatakan bahwa teori ini memandang khalayak sebagai individu yang aktif dan beragam, yang menggunakan media sebagai alat untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan mereka, bukan sekedar “korban” yang terpengaruh tanpa sadar oleh media. Ini membantu penulis memahami peran penting yang dimainkan oleh para remaja khususnya siswi MAN 1 Model Banda Aceh dalam interaksi mereka dengan media khususnya pada media TikTok.

²⁸ Onong Uchjana Effendy, *“Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 289-290.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Monique Henink *et all*, penelitian kualitatif ialah sebuah pendekatan yang digunakan oleh peneliti guna mengamati suatu peristiwa atau pengalaman dengan secara mendetail, yaitu memakai metode secara spesifik seperti dengan melakukan wawancara yang mendalam, *Focus Group Discussion* (FGD), lalu melakukan observasi atau pengamatan, menganalisis isi, juga melakukan metode virtual dan biograsi.²⁹ Selain itu menurut Moleong, penelitian kualitatif ialah suatu penelitian yang bertujuan untuk dapat memahami peristiwa atau fenomena mengenai apa yang dialami oleh suatu subjek penelitian seperti, tindakan, persepsi, motivasi, perilaku, dan lain sebagainya. Secara holistik, yaitu dengan cara mendeskripsikan suatu hal dalam bentuk bahasa dan kata-kata, pada suatu konteks khusus yang secara alamiah dan juga dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.³⁰

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan sebuah penelitian yang berorientasi pada sebuah fenomena atau gejala yang bersifat alami. Penelitian seperti ini sering disebut dengan *naturalistic inquiry*, atau *field*

²⁹ Cosmos Gatot Haryono, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*, (Jawa Barat: CV. Jejak, 2020), Hlm. 36-37.

³⁰ Syifaul Adhimah, *Peran Orang Tua dalam Menghilang Rasa Canggung Anak Usia Dini (Studi Kasus di Desa Karangbong Rt. 06 Rw. 02 Gedangan –Sidoarjo)*, *Jurnal Pendidikan Anak* Vol.9 Tahun 2020 Hal 59.

study dikarenakan sifatnya yang mendasar dan naturalistik dan bersifat kealamian yang tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan.³¹

Menurut Mantra metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³² Metode kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.³³ Metode deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi.³⁴

Dalam hal ini penulis turun langsung kelapangan untuk mencari data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang dibahas yaitu “Dampak Penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian Remaja”. Peneliti menggunakan Teknik sampling purposif dalam proses pengambilan sample penelitian. Teknik sampling purposif adalah Teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu.³⁵

Kemudian peneliti mewawancarai 9 orang siswi yang berada pada kelas XI, yaitu (Alya Fathyana, Annisa Wizra, Cut Putri Lauza Amany, Fitri Fadhila,

³¹ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021) hal 30.

³² Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hal., 27.

³³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 58

³⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hal. 36.

³⁵ Etta Mamang Sangadji, *“Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian”*, (Yogyakarta: c.v ANDI OFFSET, 2010), hal. 189.

Nadira Ramadhani, Najwa Bilqis, Nurilsyifa, Saskiatun Nupus dan Yunita Dayyina) dengan membuat beberapa *list* pertanyaan yang akan diajukan kepada mereka secara langsung (*Face to Face*).

B. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian disebut juga dengan *variable* penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari permasalahan didalam sebuah penelitian³⁶ maka objek dalam penelitian ini adalah siswi yang aktif menggunakan TikTok. Berdasarkan keunggulannya, TikTok merupakan aplikasi untuk memperluas jaringan pertemanan dan menjadi sarana menampilkan eksistensi diri. Oleh sebab itu, peneliti meneliti bagaimana penggunaan TikTok bisa berdampak pada gaya berpakaian siswi MAN 1 Model Banda Aceh.

Subjek penelitian merupakan bagian yang paling penting dari sebuah penelitian. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal, atau orang.³⁷ dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah siswi MAN 1 Model Banda Aceh.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penulis dapat memperoleh informasi mengenai suatu data yang dibutuhkan. Lokasi penelitian juga merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan. Dalam penelitian ini penulis

³⁶ Arikunto, *manajemen penelitian* (Jakarta: Rineka Citra, 2007), hal. 185

³⁷ *Ibid.* hal. 185.

memilih lokasi di Man 1 Model Aceh, yang beralamat di Jalan Pocut Baren, Desa Keramat, Kecamatan Kuta Alam, Banda Aceh.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses riset peneliti yang menerapkan metode ilmiah dalam upaya mengumpulkan data secara teratur untuk dianalisa. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan penulis antara lain:

1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua pihak dengan maksud tertentu, yang terdiri dari pewawancara yaitu orang yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu orang yang menjawab pertanyaan. Dimana pertanyaan tersebut langsung diberikan kepada pihak bersangkutan dengan masalah yang ingin diteliti.³⁸

Informan Penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian.³⁹informan dalam penelitian ini berfokus pada siswi kelas XI, dikarenakan memiliki waktu yang lebih leluasa karena tidak terikat dengan permasalahan orientasi atau ujian akhir sekolah. Siswi yang aktif menggunakan TikTok dengan intensitas waktu 2-3 jam perhari mulai dari mereka pulang les sampai sebelum tidur malam.

2. Observasi

³⁸ Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara", Jurnal Keperawatan Indonesia, Volume 11, No.1, Maret 2007; hal 35 – 40.

³⁹ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988), Hal. 2.

Observasi dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku yang sedang diamati secara langsung. Observasi diawali dengan proses pengamatan, kemudian mencatat informasi secara sistematis, objektif, rasional dan logis terhadap fenomena dalam situasi sebenarnya atau situasi buatan.⁴⁰ Pada proses penelitian ini peneliti langsung mendatangi sekolah MAN 1 Model Banda Aceh dan mengamati langsung kegiatan penggunaan aplikasi TikTok dalam gaya berpakaian pada akun masing-masing siswi MAN 1 Model Banda Aceh saat menggunakan aplikasi TikTok.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengamati dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang termasuk dalam jenis, bentuk, dan sifat apapun tempat informasi di rekam. Dokumentasi juga merupakan bukti yang benar atau keaslian dari suatu keterangan.⁴¹ Dokumentasi yang peneliti gunakan di sini berupa foto, gambar, serta data-data yang terkait dengan dampak penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian remaja.

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya dalam pola, tema, atau kategori. Analisis data mengarah sasaran penelitian pada usaha menemukan teori dasar,

⁴⁰ Rahmadi, S.Ag., M.Pd.I, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antari Press, 2011), hal 80.

⁴¹ Purwono, “*Konsep dan Definisi Dokumentasi*”, Modul 1. Diakses 6 Oktober 2023.

bersifat deskriptif sesuai dengan hasil wawancara dengan semua narasumber dan observasi langsung dalam gambaran tentang persoalan yang sedang diteliti.⁴²

Dalam penelitian kualitatif, secara umum banyak yang menggunakan model analisis Miles dan Huberman. Mereka menyebutnya dengan metode analisis data interaktif. Menurut Miles dan Huberman analisis terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Berikut penjelasan lebih lanjut.⁴³

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan berupa merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Dengan melakukan reduksi maka akan memberikan gambaran yang jelas terhadap data yang sudah dikumpulkan, sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari kembali apabila diperlukan.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Tahapan kedua yang dilakukan adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, dan sejenisnya. Dengan melakukan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya sesuai dengan apa yang telah dipahami tersebut.

⁴² Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. hal. 334.

⁴³ *Ibid*, hal 337.

3. Penarikan kesimpulan

Tahapan terakhir yang dilakukan peneliti adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dilakukan masih bersifat sementara, apalagi jika tidak diikuti oleh bukti-bukti yang kuat. Tetapi apabila kesimpulan awal sudah mempunyai bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil MAN 1 Model Banda Aceh

1. Sejarah MAN 1 Model Banda Aceh

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Banda Aceh merupakan salah satu institusi pendidikan menengah atas yang terletak di Jalan T. Umar No. 18, Banda Aceh, Provinsi Aceh, Indonesia. Sekolah ini didirikan dengan tujuan utama untuk memberikan pendidikan yang bermutu tinggi, yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan kurikulum nasional. MAN 1 Banda Aceh menawarkan lingkungan belajar yang kondusif dengan fasilitas modern seperti ruang kelas yang nyaman, laboratorium komputer, perpustakaan yang lengkap, serta fasilitas olahraga yang memadai. Dengan visi untuk mencetak siswa yang beriman, berilmu, dan berbudi pekerti luhur, sekolah ini tidak hanya fokus pada aspek akademik, tetapi juga pada pengembangan karakter siswa melalui berbagai kegiatan ekstrakurikuler. MAN 1 Banda Aceh telah menjadi pilihan utama bagi orang tua dan siswa di Banda Aceh yang mengutamakan pendidikan yang holistik dan berkualitas.

MAN Model Banda Aceh bermula dari sekolah swasta SMIA (sekolah Menengah Islam Atas) yang didirikan pada tahun 1957 oleh yayasan SMI & SMIA. Sekolah ini hanya membuka satu program (program agama) dan dipimpin oleh Ustazd H. Ahmad Nurdin Hanafi. Beliau memimpin SMIA hingga tahun 1960 dan dilanjutkan oleh ustazd Tgk. Sulaiman Jalil sampai tahun 1963. Selanjutnya, kepemimpinan beliau digantikan oleh Bapak Ibrahim Amin sampai dengan tahun

1968. Pada masa tersebut Yayasan SMI/SMIA Daerah Istimewa Aceh meminta kepada Depertemen Agama RI agar SMIA dapat dinegerikan segera.

Alhamdulillah, permohonan tersebut diterima dan berdasarkan SK Menteri Agama (K.H.A. Dahlan) No.172 tahun 1968 Tanggal 7 Agustus 1968 SMIA dinegerikan menjadi MAAIN (Madrasah Aliyah Agama Islam Negeri) Banda Aceh TMT 1 Januari 1968. Pada masa itu, MAAIN memiliki dua program yaitu Paspal dan Sassosbud. Jumlah ruang kelas ada tiga (kelas 1, 2 dan 3) dengan jumlah siswa seluruhnya sebanyak \pm 25 orang. Selanjutnya, MAAIN dipimpin oleh ustadz Drs. Abdul Djalil Hasyim, BA hingga bulan September 1974

Pada masa kepemimpinan beliau dibangun gedung baru sebanyak enam kelas dengan jumlah siswa sebanyak \pm 54 orang. Kemudian, kepemimpinan MAAIN dilanjutkan oleh Drs. Razali Umar, BA hingga tahun 1979. Pada masa ini, mulai dibangun gedung baru (ruang kepala Madrasah dan TU sekarang) dan Aula untuk kemajuan Madrasah

Berdasarkan Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama No.6/1975, Mendikbud No. 037/U/1975, dan Menteri Agama Negeri No. 36/1975 tentang “peningkatan mutu pendidikan di Madrasah”, maka lulusan Madrasah Aliyah Negeri/swasta selain melanjutkan ke Institut Agama Islam Negeri, juga bisa melanjutkan ke Perguruan Tinggi Umum Negeri serta dapat diterima di semua sektor dunia kerja, baik pemerintahan maupun swasta karena ijazah dari Madrasah Aliyah memiliki nilai sama dengan ijazah sekolah umum yang setingkat. .

Pada tahun 1978 MAAIN berubah namanya menjadi MAN (Madrasah Aliyah Negeri) Banda Aceh I berdasarkan SK Menteri Agama No.17 Tanggal 16 Maret 1978. Dari tahun 1979 hingga 1985, kepemimpinan MAN Banda Aceh I dijabat oleh Drs. M. Jamil Rawa. Madrasah ini terus berkembang dengan penambahan jumlah siswa dari tahun ke tahun.

Sejak tahun 1985 sampai dengan tahun 1990, Kepala MAN Banda Aceh dijabat oleh Drs. Djakfar Ali. Pada masa kepemimpinan beliau, MAN ini dikembangkan lagi dengan bangunan bertingkat dua (ruang guru dan perpustakaan) dan laboratorium IPA serta perubahan dan penambahan program.

Hal ini akibat adanya pembaharuan pendidikan di lingkungan Depdikbud dan berdasarkan Surat Keputusan bersama antara Mendikbud No. 0299/1984 dan Menag No. 45/1984 tentang "Pengaturan Pembakuan Kurikulum Sekolah Umum dan Madrasah". Maka terbit surat Keputusan Menteri Agama No. 101 Tahun 1984 tentang "Kurikulum Madrasah Aliyah 1984".

Berdasarkan SK Menag No. 101 tersebut di atas, maka MAN Banda Aceh I membuka empat program pilihan yaitu: a) Program A-1 yaitu ilmu-ilmu Agama, b) program A-2 yaitu ilmu-ilmu Fisika, c) Program A-3 yaitu Ilmu-ilmu Biologi dan program A-4 yaitu ilmu-ilmu Sosial. Disamping keempat program tersebut, MAN Banda Aceh juga membuka Madrasah Aliyah Program Khusus (MAPK) berdasarkan SK Menag No.73 Tahun 1987. Jumlah siswa MAPK/MAN Banda Aceh I seluruhnya \pm 1.000 orang. Sejak saat itu, MAN Banda Aceh I mulai dikenal oleh masyarakat secara luas.

Dari tahun 1990 hingga 1993, MAN Banda Aceh I dipimpin oleh Bapak Drs. A. Rahman T.B. Pada masa kepemimpinan beliau, MAN ini berkembang lagi dengan pembangunan laboratorium bahasa dan ruang komputer. Pada waktu itu, jumlah kelas sebanyak 26 lokal dengan jumlah siswa seluruhnya \pm 1.125 siswa.

Sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman, mulai tahun 1994, MAN Banda Aceh I menerapkan kurikulum baru berdasarkan Surat Keputusan Menag No. 373 Tahun 1993 tentang “Kurikulum Madrasah Aliyah 1994” dan membuka tiga program pilihan, yaitu: a) program Bahasa (di MAN Banda Aceh I dibuka tahun ajaran 1996/1997), b) Program IPA / Ilmu Pengetahuan Alam, dan c) Program IPS / Ilmu Pengetahuan Sosial.

Terhitung mulai tanggal 31 Agustus 1993 sampai dengan 30 Desember 1998 kepemimpinan MAN Banda Aceh I dijabat oleh Drs. A. Majid Yahya. Dimasa kepemimpinan beliau, MAN Banda Aceh I terus dibangun dan dikembangkan. Saat itu MAPK berubah menjadi MAK (Madrasah Aliyah Keagamaan) berdasarkan SK Menag yang dijabarkan dalam edaran Dirjen Bimbaga Islam No. E/W/PP.00/A2/445/94 dan dilaksanakan pada tahun ajaran 1994/1995. Di akhir kepemimpinan beliau, MAN Banda Aceh I berada dalam persiapan status menjadi MAN Model Banda Aceh.

Sejak tanggal 30 Desember 1998, MAN-I Banda Aceh dipimpin oleh Drs. Zulhelmi A.Rahman. Di bawah kepemimpinannya, MAN-I Banda Aceh berubah statusnya menjadi MAN Model Banda Aceh yang ditetapkan berdasarkan SK Dirjen Bimbaga Islam Depag No. E.IV/PP.00.6/KEP/17.A/98 tanggal 20 Februari

1998 dan dan tahun 1999/2000 berhasil memperoleh Piala Juara I Lomba Prestasi Madrasah Tingkat Nasional.

Estafet kepemimpinan selanjutnya di pegang Drs. H. Amiruddin Husein, sejak 2003 s/d 5 November 2006. dan pada masda kepemimpinan beliau, MAN Model terus melakukan pembenahan dan perobahan kearah yang lebih baik dengan master plan serta rehabilitasi fasilitas RKB, Pustaka dan pebataan ruang perkantoran yang lebih representatif.

Kemudian tanggal 6 Nopember 2006 s/d 27 Desember 2010 kepemimpinan MAN Model dilanjutkan oleh Drs. M.Rizal Mohin M.Pd, dan beliau menjadikan MAN Model Banda Aceh menjadi pusat penelitian dan pengembangan (Puslitbang) bagi seluruh guru Madrasah yang ada di Provinsi Nangroe Aceh Darussalam dan beberapa orang guru dari Madrasah ini telah diantar menjadi guru inti dan sebahagian lagi disekolahkan ke jenjang Program Pascasarjana baik dengan dana pemerintah maupun dengan dana pribadi.

Kepemimpinan kepala MAN Model dari tanggal 27 Desember 2010 hingga Januari 2015 dilanjutkan oleh Drs. Ridwan Ali, M.Pd, yang terpilih melalui proses seleksi fit and proper test oleh tim independen yang dilaksanakan oleh Kantor wilayah Kementerian Agama Provinsi Aceh. Dibawah kepemimpinan Drs. Ridwan Ali, M.Pd, menjadikan system pembelajaran, kesiswaan, administrasi perkantoran, perpustakaan dan lain-lain di MAN Model berbasis IT dan penggunaan internet secara maksimal melalui program ISIS (Integrated School Information System). Selain itu juga dilakukan program pengembangan

MAN Model melalui Program Boarding School dan membuka Jurusan Keagamaan.

Kemudian kepala MAN Model mulai Februari 2015 sampai Mei 2019 dilanjutkan oleh Drs. H. Mukhlis, M.Pd, juga melalui proses seleksi fit and proper test oleh tim independen yang dilaksanakan di bawah Kantor wilayah Kementerian Agama Provinsi Aceh. Kepemimpinan H. Mukhlis, kembali membuka dan memperkuat program *Boarding School* dengan program Ilmu Pengetahuan Alam dengan integrasi Tahfizul Qur'an. Di masanya, *event* akbar *SALEUM* juga pertama kali diselenggarakan para tahun 2015.

Selanjutnya kepemimpinan kepala MAN Model dari tanggal 27 Juni 2019 sampai sekarang dilanjutkan oleh Nursiah, S.Ag, M.Pd melalui proses seleksi fit and proper test oleh tim independen yang dilaksanakan oleh Kantor wilayah Kementerian Agama Provinsi Aceh. Di bawah kepemimpinan Nursiah, menjadikan sistem pembelajaran, kesiswaan, administrasi perkantoran, perpustakaan dan lain-lain di MAN Model berbasis IT dan penggunaan internet secara maksimal. Selain itu juga dilakukan program pengembangan MAN Model dengan menciptakan terobosan baru dengan membuka Kelas Olimpiade mulai tahun pelajaran 2020/2021.⁴⁴

2. Visi dan Misi

Visi:

”Unggul dalam prestasi, mandiri berlandaskan nilai islami”

⁴⁴ Admin, “Sejarah MAN Model Banda Aceh”, <https://www.manmodelbna.sch.id/2015/01/sejarah-man-model-banda-aceh/>, diakses pada 4 juli 2024.

Misi:

- a. Mewujudkan madrasah sebagai basis pembentukan generasi yang beriman dan bertaqwa kepada Allah Swt.
- b. Menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas, berbudaya keunggulan, kreatif, inovatif dan bertanggung jawab.
- c. Menyiapkan siswa yang memiliki prestasi akademik tinggi untuk melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi.
- d. Meningkatkan pengetahuan dan profesionalisme tenaga pendidik dan kependidikan sesuai dengan perkembangan dunia pendidikan.
- e. Melaksanakan tata kelola madrasah yang efektif, efisien, transparan, akuntabel dan berwawasan lingkungan
- f. Menciptakan Madrasah sebagai standar mutu bagi madrasah lainnya baik dari segi manajemen, profesionalisme tenaga kependidikan dan pengelolaan kegiatan Intra dan Ekstra Kurikuler.
- g. Membentuk output madrasah yang berkualitas (ahli fikir, zikir, dan ikhtiar), jujur dan berakhlakul kharimah.

B. Hasil Penelitian

1. Pendapat siswi MAN 1 Model Banda Aceh terhadap media TikTok khususnya pada konten gaya berpakaian.

TikTok merupakan aplikasi yang menyajikan berbagai informasi tanpa harus bersusah payah mencari dalam media tekstual seperti jurnal, buku, ataupun majalah ilmiah. Media TikTok memberikan pendapat yang beragam pula bagi

penggunanya. Dalam bagian ini, peneliti memaparkan hasil wawancara dengan siswi MAN 1 Model Banda Aceh terkait pendapat mereka tentang media TikTok, khususnya pada konten gaya berpakaian, Hasil ini diperoleh dari wawancara langsung terhadap siswi yang bersangkutan.

a. Mencari inspirasi gaya berpakaian

Inspirasi merupakan suatu proses yang mendorong atau merangsang pikiran untuk melakukan sesuatu tindakan terutama melakukan suatu yang kreatif.⁴⁵ Inspirasi gaya berpakaian ini sering menjadi perdebatan di kalangan masyarakat khususnya remaja. Saat ini remaja menemukan inspirasi gaya berpakaian mereka dengan cara yang baru melalui aplikasi TikTok. Dulu, tren *fashion* mungkin didapat dari majalah atau acara televisi, tetapi di era digital ini, TikTok menjadi pusat gaya yang penuh warna dan beragam.

⁴⁵ Tin Sukaisih, "Inspirasi Nderes Literasi dalam Gerakan Abadikan Kenangan dalam Tulisan", *Journal of Innovation in Teaching and Instructional Media*, Volume 1, No. 3, Mei 2021.



(Gambar 4.1 Komentar siswi di TikTok)

Dari hasil gambar di atas terlihat dari salah satu akun siswi MAN 1 Model Banda Aceh dapat dilihat beberapa komentar bahwasanya postingan tersebut menjadi salah satu inspirasi gaya berpakaian remaja. Dalam komentar tersebut mengatakan “aku jadi terinspirasi untuk pakai hijab” hal ini menjadi salah satu bukti bahwa aplikasi TikTok bisa menjadi sebuah wadah bagi remaja khususnya siswi MAN 1 Model Banda Aceh untuk mencari inspirasi dalam gaya berpakaian.⁴⁶

⁴⁶ Hasil observasi peneliti di sebuah akun media TikTok siswi MAN 1 Model Banda Aceh, pada 07 agustus 2024.

Hal ini juga bisa dilihat dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, dimana semua informan mengatakan bahwa media TikTok memberikan inspirasi bagi penggunanya terhadap gaya berpakaian.

“TikTok memberikan banyak inspirasi tentang *fashion* dan tren terbaru. Saya sering melihat video tentang gaya berpakaian yang baru dan menarik. Namun, kadang saya merasa bingung karena tidak semua tren yang ditampilkan sesuai dengan prinsip berpakaian dalam Islam. Seperti pada konten jedag jedug yang menampilkan cewek-cewek memakai jilbab tapi celananya ketat, menurut saya kurang etis.”⁴⁷

Najwa juga mengatakan bahwasannya:

“TikTok itu merupakan salah satu aplikasi yang saya gunakan untuk mencari referensi gaya berpakaian”⁴⁸

Pernyataan tersebut mengungkapkan pengalaman dan pandangan pribadi mengenai penggunaan TikTok sebagai sumber inspirasi *fashion*. TikTok dianggap sebagai *platform* yang kaya akan ide-ide baru dan tren terbaru dalam dunia *fashion*. Pengguna sering menemukan video yang menampilkan gaya berpakaian yang segar dan menarik, yang dapat membantu mereka memperluas wawasan mengenai mode. Namun, meskipun TikTok menawarkan banyak inspirasi, ada juga tantangan dalam menyesuaikan tren-tren tersebut dengan prinsip berpakaian dalam Islam. Contohnya, konten seperti "jedag jedug" yang menunjukkan wanita berjilbab namun memakai celana ketat menjadi sumber kebingungan dan kekhawatiran bagi beberapa pengguna.

Menurut pandangan mereka, gaya tersebut dianggap kurang etis karena tidak sepenuhnya sesuai dengan ajaran berpakaian yang dianut dalam Islam. Ini menunjukkan adanya perbedaan antara tren mode yang sering dipromosikan di

⁴⁷ Wawancara dengan Annisa Wirza, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

⁴⁸ Wawancara dengan Najwa Balqis, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

media sosial dan norma-norma yang dipegang teguh dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun TikTok bisa menjadi alat yang berguna untuk menemukan referensi gaya berpakaian, Pengguna perlu bijaksana dalam memilih dan menyesuaikan inspirasi *fashion* agar tetap selaras dengan nilai-nilai dan prinsip pribadi mereka.

Busana Muslimah hendaknya tebal dan tidak tipis serta tidak memperlihatkan lekuk-lekuk tubuh. Usamah bin Zaid *radhiyallahu ‘anhu* pernah berkata:

امرأتي، فكسوتها الكلبى دحيةً له أهدى مما كانت كثيفة قبطية – وسلم عليه الله صلى – الله رسول كساني
 فقال امرأتي، كسوتها! الله رسول يا: فقلت القبطية؟ تلبس لا مالك : – وسلم عليه الله صلى – الله رسول فقال
 عظامها حجم تصف أن أخاف فإني غلالة تحتها تجعل أن مرها

“Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi Wasallam* pernah memakaikanku baju Quthbiyyah yang tebal. Baju tersebut dulu dihadiahkan oleh Dihyah Al Kalbi kepada beliau. Lalu aku memakaikan baju itu kepada istriku. Suatu kala Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi Wasallam* menanyakanku: ‘Kenapa baju Quthbiyyah-nya tidak engkau pakai?’. Kujawab: ‘Baju tersebut kupakaikan pada istriku wahai Rasulullah’. Beliau berkata: ‘Suruh ia memakai baju rangkap di dalamnya karena aku khawatir Quthbiyyah itu menggambarkan bentuk tulangnya” (HR. Dhiya Al Maqdisi dalam Al Mukhtar 1/441, dihasankan oleh Al Albani)

Dalam hadits ini Rasulullah memperingatkan Usamah agar jangan sampai bentuk tulang istrinya Usamah terlihat ketika memakai pakaian. Maka menunjukkan tidak boleh menampakkan bentuk lekuk-lekuk tubuh wanita.

Rasulullah *Shallallahu 'alaihi Wasallam* juga bersabda:

عاريات، كاسيات ونساء الناس، بها يضربون البقر كأذناب سياط معهم قوم: أرهما لم النار أهل من صنفان من ليوجد ريحها وإن ريحها، يجدن ولا الجنة، يدخلن لا المائلة، البخت كأسنمة رؤوسهن مميلات، مانلات وكذا كذا مسيرة

“Ada dua golongan dari umatku yang belum pernah aku lihat: (1) suatu kaum yang memiliki cambuk seperti ekor sapi yang digunakan untuk memukul orang-orang dan (2) para wanita yang berpakaian tapi telanjang, mereka berlenggak-lenggok, kepala mereka seperti punuk unta yang miring (seperti benjolan). Mereka itu tidak masuk surga dan tidak akan mencium wanginya, walaupun wanginya surga tercium sejauh jarak perjalanan sekian dan sekian” (HR. Muslim dalam bab al libas waz zinah no. 2128).

Syaikh Muhammad bin Shalih al-‘Utsaimin mengatakan:

بأنهن: وفَسَّرَ العَوْرَةَ، مَنْ سترَهُ يُجِبُّ مَا تَسْتَرُ لا قَصِيرَةً، ألبسةً يلبسنَ بأنهنَّ: قَوْلُهُ فُسِرَ قَدْ، عَارِيَاتُ كاسِيَاتُ فِهيَ ضيقة، مَلَابِسَ يلبسنَ بِأَنْ: وَفَسَّرَتِ المَرْأَةُ، بَشْرَةَ مِنْ وَرَاءِهَا مَا رُؤِيَةَ مِنْ تَمَنَعِ لا خَوِيفَةً ألبسةً يلبسنَ لمفاتن مبدية لِكِنَّهَا الرُّؤِيَةَ، عَنِ سَائِرَةِ

“Para ulama menjelaskan [wanita yang berpakaian tapi telanjang] adalah wanita yang menggunakan pakaian yang pendek yang tidak menutupi aurat. Sebagian ulama menafsirkan, mereka yang menggunakan pakaian yang tipis yang tidak menghalangi terlihatnya apa yang ada di belakangnya yaitu kulit wanita. Sebagian ulama menafsirkan, mereka yang menggunakan pakaian yang ketat, ia menutupi aurat namun memperlihatkan lekuk tubuh wanita yang memfitnah.” (Fatawa Syaikh Muhammad bin Shalih al-‘Utsaimin, 2/825).

b. Menambah Kepercayaan Diri

Media TikTok menjadi salah satu cara yang membantu meningkatkan kepercayaan diri penggunanya karena *platform* ini memungkinkan orang untuk mengekspresikan kreativitas mereka dengan cara yang menyenangkan dan menarik. Dengan fitur seperti video pendek, efek visual, dan musik, pengguna bisa berbagi ide dan bakat mereka dengan banyak orang. Fitur seperti tantangan dan kolaborasi juga membantu mereka terhubung dengan kelompok yang mendukung dan memberikan umpan balik positif, yang membuat mereka merasa lebih percaya diri. Selain itu, pujian dari pengguna lain dan kemungkinan konten menjadi viral memberikan dorongan ekstra yang memotivasi mereka untuk terus berkreasi. Ini terlihat dari salah satu postingan siswi MAN 1 Model Banda Aceh





(Gambar 4.2 Postingan TikTok salah satu siswi MAN 1 Model Banda Aceh)

Berdasarkan postingan di atas, dapat dilihat bahwa siswi tersebut mengenakan dress cotton yang cantik saat hangout ini menjadi bukti bahwa TikTok juga berperan signifikan dalam meningkatkan rasa percaya diri seseorang. Postingan ini menyoroti bagaimana pilihan *fashion* yang ia sukai sesuai dengan gaya berpakaian, dalam hal ini gaya berpakaian yang *stylish* dan nyaman, dapat memberikan dorongan emosional yang positif, membuat seseorang merasa lebih percaya diri dan menarik. Melalui visual yang menarik dan gaya yang *trendy*, konten ini menginspirasi audiens, terutama remaja untuk lebih

memperhatikan gaya berpakaian mereka dan merasakan dampak positif terhadap kepercayaan diri mereka.⁴⁹

Selain itu, interaksi yang tinggi dengan postingan ini di *platform* TikTok menunjukkan pengaruh besar media sosial dalam menetapkan tren *fashion* dan membentuk pendapat diri, memperkuat pesan bahwa *fashion* yang baik dapat meningkatkan kualitas hidup dan perasaan pribadi. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara berikut ini:

“Beberapa konten di TikTok mengenai *fashion* Islami sangat membantu. Saya bisa mendapatkan ide tentang bagaimana tampil *stylish* sambil tetap mengikuti aturan agama. Seperti salah satu konten *creator* TikTok bernama Naisa Alifia Yuriza, Masyaallah sekali pakaiannya, dia yang dari dulu tidak berhijab dan sekarang dia hijrah untuk berhijab. Konten ini membuat saya lebih percaya diri dalam memilih pakaian yang sesuai.”⁵⁰

Alya mengungkapkan bahwa TikTok telah memberikan banyak inspirasi dalam hal *fashion* Islami, memudahkan dirinya untuk menemukan ide tentang bagaimana tampil *stylish* sambil tetap mengikuti aturan agama. Ia menyebutkan betapa bermanfaatnya beberapa konten yang memadukan tren terbaru dengan prinsip berpakaian Islami. Salah satu contoh yang sangat menginspirasi baginya adalah Naisa Alifia Yuriza. Alya terkesan dengan perubahan Naisa dari tidak berhijab menjadi berhijab, serta cara Naisa menghadirkan pakaian yang modis namun tetap sesuai dengan syariat. Konten tersebut membuat Alya merasa lebih percaya diri dalam memilih pakaian yang sesuai dengan ajaran Islam. Ia menyadari pentingnya menyeimbangkan antara tren *fashion* dan nilai-nilai agama,

⁴⁹ Hasil observasi peneliti di sebuah akun media TikTok siswi MAN 1 Model Banda Aceh, pada 07 agustus 2024.

⁵⁰ Wawancara dengan Alya Fathyana, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

dan merasa bersyukur atas adanya sumber inspirasi yang mendukung kedua aspek tersebut.

Tidak hanya konten creator berhijab yang membuat remaja menjadi lebih percaya diri, tetapi ada juga beberapa konten *creator* yang tidak berhijab tetapi isi kontennya sangat menarik dan membawa energi positif, seperti yang dikatakan oleh Nadira bahwasanya:

“kalo nadira tu suka sasha zhania, karna apa yang di posting tu bener bener menarik semua, terus kayak pas aja sama apa yang nadira pengen tau, seru juga editan tiap postingan nya, terus tu shasa ni kayak positif *vibes* gitu kak, *feminine energy* nya tu suka aja diliatnyaa, *energy* nya tu kayak ke transfer *online* gitu kak, soalnya tiap dia buat video selalu ceria auranya *happy* teruss.⁵¹

Menurut pernyataan tersebut mencerminkan kekaguman dan inspirasi yang mendalam terhadap Sasha Zhania sebagai seorang *influencer*. Nadira merasa sangat terhubung dengan konten yang diposting oleh Sasha karena keunikan dan daya tarik yang ditampilkan dalam setiap video. Sasha dikenal dengan kemampuan mengedit yang menarik dan menyesuaikan kontennya dengan apa yang Nadira ingin ketahui. Lebih dari sekadar teknis, Sasha memancarkan energi positif dan feminin yang mempengaruhi Nadira secara mendalam.

Nadira merasa bahwa aura ceria dan kebahagiaan yang ada dalam video Sasha seolah-olah dapat dirasakan secara langsung dan memberi semangat. Hal ini berkontribusi pada peningkatan rasa percaya diri Nadira, karena Sasha tidak hanya menawarkan inspirasi visual, tetapi juga memotivasi Nadira untuk merasa lebih baik tentang dirinya sendiri. Energi positif yang dibawa Sasha dan cara dia

⁵¹ Wawancara dengan Nadira Rmadhani, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

mengekspresikan diri membantu Nadira merasa lebih percaya diri, mendorongnya untuk lebih terbuka dan percaya diri dalam gaya dan ekspresi dirinya sendiri.

c. Timbulnya rasa *insecure* (tidak percaya diri)

TikTok sering kali membuat remaja merasa insecure tentang gaya berpakaian mereka. Meskipun aplikasi ini penuh dengan ide *fashion* yang keren dan tren terbaru, melihat berbagai video tentang outfit yang stylish dan *fashionable* bisa membuat remaja merasa tertekan untuk mengikuti standar yang ditampilkan. Banyak konten menampilkan pakaian yang mungkin tidak sesuai dengan prinsip atau preferensi pribadi mereka, seperti gaya yang terlalu ketat atau mencolok. Hal ini dapat menimbulkan rasa ragu dan khawatir tentang apakah busana yang mereka pilih sudah cukup baik atau sesuai dengan apa yang dianggap *trendy* di dunia maya. Perasaan insecure ini membuat remaja merasa kurang percaya diri dan bingung dalam menentukan pilihan busana yang membuat mereka merasa nyaman dan autentik, sambil tetap ingin diterima dalam lingkungannya.

“kalau lihat-lihat gaya berpakaian di TikTok lumayan agak insecure sih, Cuma kayak sok bersikap biasa aja”⁵²

Yunita mengungkapkan bahwa meskipun ia berusaha untuk terlihat santai dan tidak terlalu terpengaruh oleh tren yang ada di media sosial, perasaan *insecure* masih menghantuinya. Yunita merasa tidak percaya diri ketika membandingkan gaya berpakaian pribadinya dengan berbagai tren *fashion* yang sering muncul di TikTok. Upaya untuk “sok bersikap biasa aja” adalah cara Yunita untuk

⁵² Wawancara dengan Yunita Dayyina, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

melindungi dirinya dari dampak emosional yang disebabkan oleh perbandingan tersebut. Meskipun ia berusaha untuk tidak menunjukkan rasa ketidaknyamanan tersebut, perasaan *insecure* tetap ada dan mempengaruhi cara dia memandang dan memilih busana. Ini menunjukkan adanya ketegangan antara keinginan untuk mengikuti standar mode yang populer dan kebutuhan untuk tetap setia pada gaya pribadi yang mungkin tidak selalu sejalan dengan apa yang dianggap *trendy* di media sosial.

Berbeda dengan informan di atas, wawancara peneliti dengan saudara Saskia, mengatakan bahwa:

“saya merasa apa yang saya gunakan terkadang tidak sesuai dengan referensi yang saya lihat di TikTok, dari situlah saya merasa *insecure*”⁵³

Saskia menyatakan bahwa perasaan *insecurity* muncul ketika ia merasa bahwa pakaian yang ia gunakan tidak sesuai dengan referensi gaya yang ia lihat di TikTok. Meski ia mungkin memiliki gaya pribadi yang nyaman dan sesuai dengan dirinya, perbandingan dengan tren *fashion* yang populer di media sosial dapat membuatnya merasa tidak percaya diri. Ketidakcocokan antara pilihan busananya dan apa yang dianggap *trendy* di TikTok memicu rasa tidak nyaman, karena ia merasa bahwa apa yang dikenakannya tidak memenuhi standar estetika yang sering diperlihatkan di *platform* tersebut. Ini menunjukkan bahwa meskipun Saskia berusaha untuk tetap setia pada gaya pribadi, tekanan dari standar mode yang ditetapkan oleh media sosial dapat memengaruhi kepercayaan dirinya. Rasa *insecurity* yang dirasakannya adalah refleksi dari ketegangan antara keinginan

⁵³ Wawancara dengan Saskiatun Nupus, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

untuk memenuhi ekspektasi sosial dan kebutuhan untuk merasa nyaman serta autentik dalam memilih busana.

2. Dampak negatif dan positif penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian siswi MAN 1 Model Banda Aceh.

Selain memberikan pendapat yang beragam bagi penggunanya, Media TikTok juga memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan, khususnya pada gaya berpakaian. Dari hasil wawancara peneliti dengan siswi MAN 1 Model Banda Aceh, ditemukan bahwasanya media TikTok cukup berdampak terhadap gaya berpakaian remaja. Adapun dampak positif dari aplikasi TikTok ini adalah para remaja MAN 1 Model Banda Aceh lebih *up to date* dalam perkembangan *fashion*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Annisa bahwasanya:

“Dengan memakai aplikasi TikTok ini, saya dapat menemukan gaya berpakaian yang terbaru dan saya merasa sesuai dengan keinginan saya”⁵⁴

Aplikasi TikTok juga membuat remaja menjadi lebih percaya diri dalam berpakaian, sebagaimana yang dikatakan oleh Alya bahwasanya:

“Dengan adanya TikTok saya menjadi lebih percaya diri dan konsisten terhadap gaya berpakaian islami”.⁵⁵

Dampak positif dari penggunaan aplikasi TikTok khususnya pada gaya berpakaian remaja tidak hanya dapat membuat kepercayaan diri remaja dan *up to date* dalam pemilihan gaya berpakaian, tetapi dampak positif bisa juga dilihat dari

⁵⁴ Wawancara dengan Annisa Wirza, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

⁵⁵ Wawancara dengan Alya Fathyana, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

perubahan cara berpakaian remaja menjadi lebih rapi dan sopan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Najwa bahwasanya:

“Outfit yang dipakai jauh lebih rapi dan sopan, kemudian tampilan menjadi lebih menarik”⁵⁶

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa TikTok telah memberikan dampak positif yang signifikan pada kepercayaan diri remaja dan membantu untuk tetap konsisten dengan gaya berpakaian islami. Remaja merasakan peningkatan rasa percaya diri berkat berbagai inspirasi, saran, dan dukungan yang diperolehnya dari konten TikTok yang berbagi nilai dan minat serupa.

Akan tetapi penggunaan aplikasi TikTok pada gaya berpakaian remaja juga dapat memberikan dampak negatif bagi remaja. Hal dapat dilihat dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, sebagaimana disampaikan oleh Annisa bahwasanya:

"Saya sering kali merasa tergoda saat melihat review pakaian di TikTok. Rasanya pengen beli semuanya karena tampilannya yang menarik dan stylish. Namun, seringkali setelah barangnya sampai dan saya coba, ternyata tidak cocok dengan saya atau gaya saya. Akhirnya, banyak pakaian yang saya beli justru tidak pernah saya pakai."⁵⁷

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok dapat berdampak negatif terhadap gaya berpakaian remaja. Annisa mengungkapkan bahwa ia sering merasa tergoda untuk membeli pakaian setelah melihat konten dan tampilan menarik di TikTok, namun seringkali pakaian

⁵⁶ Wawancara dengan Najwa Balqis, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

⁵⁷ Wawancara dengan Annisa Wirza, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

tersebut tidak cocok dengan dirinya atau gaya pribadinya setelah tiba. kecenderungan untuk bertindak impulsif dalam membeli pakaian dikarenakan terinspirasi oleh gaya-gaya baru yang seringkali dipamerkan secara berlebihan di TikTok dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau anggaran mereka secara cermat. Hal ini seringkali berujung pada pengeluaran yang boros, di mana individu mengeluarkan uang lebih banyak daripada yang seharusnya untuk pakaian yang mungkin tidak selalu memenuhi ekspektasi mereka dari segi kualitas. Selain itu, pakaian yang dibeli seringkali tidak sesuai dengan harga yang dibayar, mengakibatkan ketidaksesuaian antara nilai uang yang dikeluarkan dan kualitas barang yang diterima.

Dampak negatif dari penggunaan aplikasi TikTok juga dirasakan oleh Nuril, hal ini disampaikan saat wawancara dengan peneliti. Sebagaimana menurutnya:

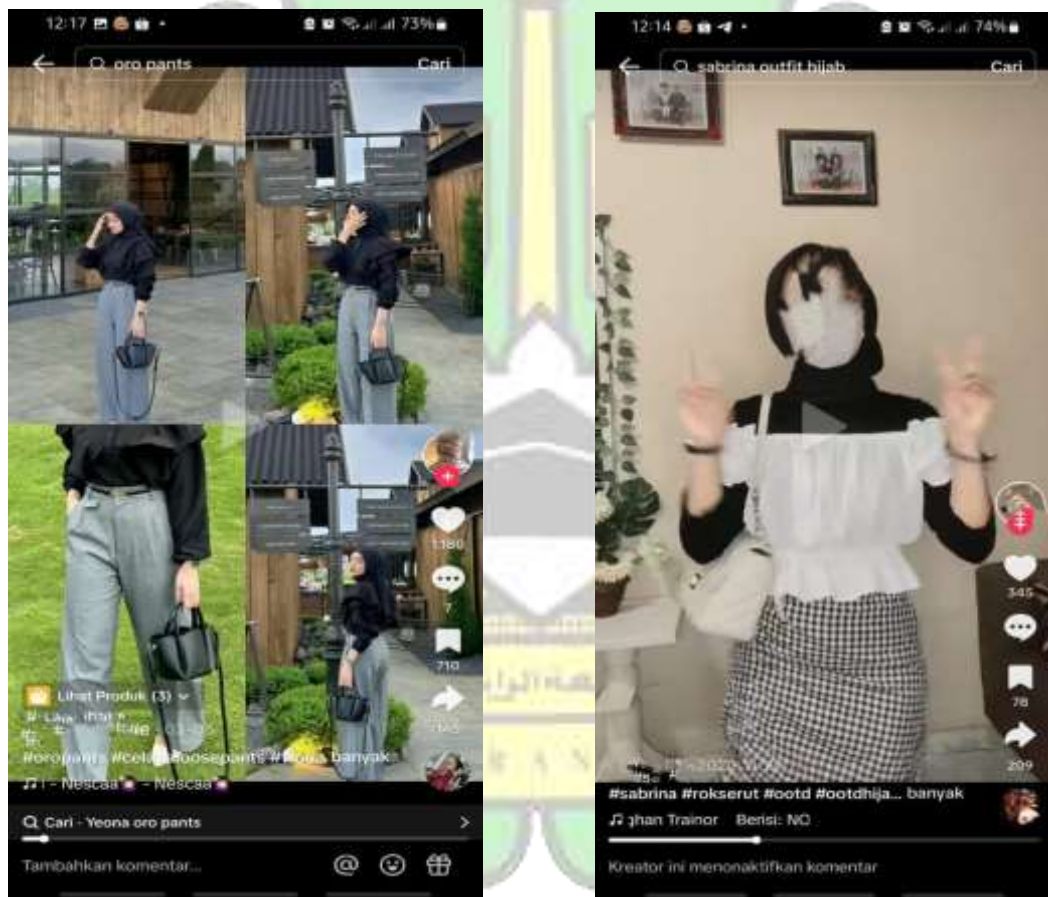
“Gaya berpakaian saya mulai berubah dari yang awalnya memakai rok menjadi mulai mencoba memakai celana”⁵⁸

Menurut pernyataan di atas dampak negatif dari penggunaan aplikasi TikTok bagi remaja mengalami perubahan, ini menunjukkan bahwa eksposur terhadap konten mode di TikTok dapat mempengaruhi preferensi berpakaian seseorang. Meski perubahan gaya ini mungkin tampak positif dari segi adaptasi terhadap tren baru, hal ini juga bisa menjadi indikasi bagaimana tekanan media sosial mempengaruhi pilihan pribadi, terkadang membuat seseorang merasa harus

⁵⁸ Wawancara dengan Nuril Syifa, Siswi MAN 1 Model Banda Aceh. Pada tanggal 24 Juli 2024.

mengikuti tren untuk merasa diterima atau up-to-date, meskipun hal tersebut mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pribadi mereka.

Setelah ditelusuri, terdapat berbagai jenis gaya berpakaian yang ditampilkan pada konten-konten TikTok tersebut. Konten-konten di TikTok memperlihatkan berbagai jenis gaya berpakaian dan berhijab yang mencerminkan keanekaragaman budaya dan tren *fashion* global.



(Gambar 4.3. Postingan siswi di TikTok)

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa aplikasi TikTok dapat memberikan dampak bagi gaya berpakaian remaja mulai dari gaya casual yang

nyaman untuk kegiatan sehari-hari seperti kaos atau crop dipadukan dengan celana *jeans* atau rok, hingga gaya formal yang elegan untuk acara resmi dengan blazer atau dress panjang. gaya *street style* yang menggabungkan elemen *casual* dengan sentuhan urban seperti jaket denim atau sneakers. Tidak ketinggalan gaya *vintage* yang klasik dengan atasan *crop* atau rok midi, serta gaya minimalis yang modern dengan fokus pada pola dasar dan warna netral untuk tampilan yang simpel namun tetap *stylish*. Melalui berbagai jenis gaya berpakaian ini, TikTok tidak hanya menjadi sumber inspirasi *fashion*, tetapi juga memperluas pemahaman tentang keberagaman dalam berbusana berhijab di kalangan penggunanya.⁵⁹ Gaya-gaya ini seringkali mengambil inspirasi dari berbagai aspek kehidupan sehari-hari, namun dalam konteks agama Islam, terdapat prinsip-prinsip yang mengatur bagaimana seorang muslimah seharusnya berpakaian.

Dalam Islam, konsep hijab bukan hanya sekedar tentang penutupan tubuh, tetapi juga mencakup prinsip-prinsip kesopanan, kepatuhan terhadap ajaran agama, dan menjaga aurat dengan baik. Gaya berpakaian berhijab yang sesuai dengan ajaran Islam mencakup penggunaan pakaian yang longgar, tidak ketat, dan menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan tangan. Ini mencakup penggunaan jilbab atau khimar yang meliputi kepala dan dada.

Dalam konteks ini, gaya *casual* sehari-hari seperti kaos atau *blouse* yang dipadukan dengan celana *jeans* atau rok, harus mempertimbangkan kesesuaian ukuran, ketebalan, dan kerapian pakaian untuk menjaga aurat. Begitu juga dengan gaya formal seperti blazer atau *dress* panjang, yang harus dirancang sedemikian

⁵⁹ Hasil observasi peneliti di sebuah akun media TikTok siswi MAN 1 Model Banda Aceh, pada 07 agustus 2024.

rupa untuk menutupi tubuh dengan baik tanpa menonjolkan bentuk tubuh secara berlebihan. Penggunaan aksesoris dan detail *fashion* juga harus dipilih dengan bijak agar tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama.

C. Pembahasan

Penelitian mengenai dampak penggunaan TikTok terhadap gaya berpakaian remaja ini menunjukkan keterkaitan yang mendalam dengan teori *Uses and Gratifications* (penggunaan dan kepuasan). Teori ini berfokus pada bagaimana individu aktif mencari dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka. Dalam konteks TikTok, *platform* ini berfungsi sebagai sumber utama yang menawarkan berbagai kepuasan kepada remaja dalam hal *fashion*. TikTok memungkinkan pengguna untuk mengakses konten yang kaya akan ide-ide terbaru tentang gaya berpakaian, sehingga memenuhi kebutuhan mereka akan informasi dan inspirasi *fashion*. Dengan berbagai video dan tren yang ditampilkan, TikTok membantu remaja memperbarui pengetahuan mereka tentang *fashion* dan menemukan referensi baru yang sesuai dengan preferensi mereka.

Lebih jauh lagi, TikTok juga memenuhi kebutuhan emosional dan motivasional pengguna melalui konten yang memadukan *fashion* dengan nilai-nilai agama. Sebagai contoh, konten dari influencer seperti Naisa Alifia Yuriza memberikan inspirasi tentang bagaimana tampil modis sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip berpakaian Islami. Hal ini menunjukkan bagaimana TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai alat yang

mendukung kepercayaan diri dan konsistensi pribadi. Konten tersebut memberikan dukungan emosional kepada remaja, membantu mereka merasa lebih percaya diri dan terhubung dengan nilai-nilai pribadi mereka.

Namun, di sisi lain, teori *Uses and Gratification* juga membantu menjelaskan dampak negatif dari penggunaan TikTok. Eksposur yang konstan terhadap standar mode yang sering muncul di *platform* dapat menyebabkan perasaan *insecurity* di kalangan remaja. Ketika mereka merasa tertekan untuk mengikuti tren *fashion* yang ditampilkan di TikTok, yang mungkin tidak sesuai dengan gaya atau prinsip pribadi mereka, perasaan kurang percaya diri bisa muncul. Ini mencerminkan kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi, di mana perbandingan dengan tren *fashion* populer dapat merusak kepercayaan diri remaja dan menyebabkan ketidakpuasan dengan penampilan mereka sendiri.

Selain itu, dorongan untuk melakukan pembelian impulsif setelah melihat konten *fashion* yang menarik di TikTok juga menunjukkan bagaimana kepuasan dari konsumsi media dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan perasaan emosional. Remaja seringkali merasa tergoda untuk membeli pakaian baru yang diperlihatkan dalam video, meskipun pakaian tersebut mungkin tidak sesuai dengan anggaran atau kebutuhan pribadi mereka. Hal ini dapat menyebabkan pengeluaran yang boros dan ketidakpuasan dengan barang yang dibeli, yang menunjukkan bahwa kepuasan dari media sosial tidak selalu selaras dengan keputusan praktis dan kebutuhan nyata.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa TikTok berfungsi sebagai sumber media yang kompleks yang mempengaruhi gaya

berpakaian remaja melalui berbagai kebutuhan dan kepuasan yang mereka cari. TikTok memenuhi kebutuhan informasi, emosional, dan motivasional remaja, tetapi juga menimbulkan tantangan seperti rasa *insecurity* dan keputusan pembelian impulsif. Dengan memahami hubungan ini melalui lensa teori *Uses and Gratifications*, kita dapat lebih baik mengidentifikasi bagaimana media sosial mempengaruhi pola berpakaian dan kepercayaan diri remaja dalam konteks yang lebih luas.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan media TikTok oleh siswi MAN 1 Model Banda Aceh dalam konteks gaya berpakaian menunjukkan dampak yang kompleks dan beragam. TikTok berfungsi sebagai sumber inspirasi yang luas untuk gaya berpakaian, dengan memberikan akses mudah ke tren *fashion* terbaru dan ide-ide kreatif. Remaja sering menggunakan TikTok untuk mencari referensi *fashion* yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka, karena *platform* ini memungkinkan ekspresi kreativitas dan interaksi positif dengan audiens. Namun, TikTok juga menimbulkan tantangan, terutama bagi mereka yang berusaha menyeimbangkan antara tren *fashion* dan prinsip berpakaian dalam Islam. Beberapa konten yang tidak sesuai dengan norma-norma agama, seperti pakaian ketat, dapat menyebabkan kebingungan dan ketidaknyamanan. Perbedaan antara tren mode yang populer di TikTok dan ajaran berpakaian dalam Islam memunculkan rasa tidak percaya diri atau insecure di kalangan remaja. Mereka merasa tertekan untuk mengikuti standar mode yang mungkin tidak selaras dengan nilai-nilai pribadi mereka. Secara keseluruhan, meskipun TikTok menawarkan inspirasi dan meningkatkan kepercayaan diri dengan memungkinkan ekspresi diri yang kreatif, remaja perlu bijaksana dalam

memilih dan menyesuaikan inspirasi *fashion* agar sesuai dengan nilai-nilai pribadi dan prinsip-prinsip mereka. Hal ini menunjukkan perlunya keseimbangan antara mengikuti tren mode dan tetap setia pada identitas serta keyakinan pribadi

2. Penggunaan aplikasi TikTok memiliki dampak positif dan negatif yang signifikan terhadap gaya berpakaian remaja. Dari sisi positif, TikTok membantu siswi MAN 1 Model Banda Aceh untuk tetap *up to date* dengan tren *fashion* terkini, meningkatkan kepercayaan diri dalam berpakaian, dan mempromosikan gaya berpakaian yang lebih rapi dan sopan. Remaja merasa lebih percaya diri dan konsisten dengan gaya berpakaian yang sesuai dengan nilai-nilai Islami berkat inspirasi yang mereka dapatkan dari konten TikTok. Namun, dampak negatif juga terlihat dari penggunaan TikTok. Siswi seringkali merasa tergoda untuk membeli pakaian yang mereka lihat di TikTok, yang kadang berujung pada pembelian impulsif dan pengeluaran berlebihan. Pakaian yang dibeli tidak selalu sesuai dengan ekspektasi atau gaya pribadi, menyebabkan ketidaksesuaian antara nilai uang yang dikeluarkan dan kualitas barang yang diterima. Selain itu, eksposur terhadap berbagai tren *fashion* di TikTok bisa memengaruhi preferensi berpakaian siswi, kadang-kadang membuat mereka merasa harus mengikuti tren untuk diterima atau dianggap *up-to-date*, meskipun hal tersebut mungkin tidak sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pribadi mereka. Secara keseluruhan, TikTok berfungsi sebagai sumber inspirasi *fashion* yang memperluas pemahaman tentang berbagai gaya

berpakaian, namun siswi harus bijaksana dalam memilih dan mempertimbangkan pengaruh media sosial terhadap keputusan berpakaian mereka, terutama dalam konteks menjaga kesesuaian dengan ajaran agama.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Siswi MAN 1 Model Banda Aceh sebaiknya aktif mencari dan mengikuti konten TikTok yang menawarkan inspirasi *fashion* sesuai dengan nilai-nilai Islami. Dengan memilih akun dan video yang menonjolkan gaya berpakaian yang sopan dan kreatif, siswi dapat tetap mengikuti tren tanpa mengorbankan prinsip agama.
2. Selain itu, penting untuk bijak dalam pengelolaan keuangan dan menghindari pembelian impulsif dengan merencanakan anggaran untuk *fashion* secara bijak.

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

- Abdussamad., & Zuhri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Al-Albani, F. N. M. (2010). *Kriteria Busana Muslimah*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Al-Kurdi, A. A. (2021). *Hukum-Hukum Wanita dalam Fiqh Islam*. Semarang: Dina Utama.
- Bungin., & Burhan. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Criato., & Waralah. (2008). *Pengertian Tentang Dampak*. Jakarta: Bandung ALfabeta.
- Effendy, O. U. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Jawa Barat: CV. Jejak.
- Kriyantono., & Rahmat. (2006). *Teknik Praktik Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong., & Lexy, J. (1988). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Purwono, S. (2022). *Konsep dan Definisi Dokumentasi*. Pustaka. Ut. Ac. Id.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antari Press.

Sangadji., & Mamang, E. (2010). *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

Siyoto., & Sandu. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiono. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Yusuf., & Pawit, M. (2013). *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

b. Jurnal

Azizah, R., Ananda, R. S., & Faristiana, A. R. (2023). Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(4), 399-414.

Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(2), 217-221.

Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.

Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara". *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Volume 11, No.1, Maret 2007; hal 35 – 40.

Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133-141.

Kustiawan, W., Amelia, R. N., & Sugiarto, S. (2022). Dampak Media Sosial Tiktok terhadap perilaku remaja pada Era globalisasi. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2108-2115.

Listryanto, D. P., Haninjar, N., & Sutriyani, W. (2022). Peran Keterlibatan Orang Tua dan Strategi Guru dalam Pemahaman Konsep Pengurangan Kelas 1 SD. *Cartesius: Jurnal Pendidikan Matematika*, 46-58.

Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.

Musdalifah, I., & Salisah, N. H. (2022). Cyberdakwah: Tiktok Sebagai Media Baru. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 12(2), 176-195.

Saputro, K. Z. (2018). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 25-32.

Sukaisih, T. (2021). Inspirasi Nderes Literasi dalam Gerakan Abadikan Kenangan dalam Tulisan. *Journal of Innovation in Teaching and Instructional Media*, 1(3), 226-232.

c. Skripsi dan Disertasi

Alifah, U. (2016). *Makna Tabzir dan Israf dalam Al-Qur'an*. (Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

Nurshalinawati, *Dampak Penggunaan Gadget terhadap minat belajar usia dini 5-6 tahun di TK PGRI Kulo KAB. Sidenreng Rappang*. Skripsi, (Online). Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2022.

Prakoso. A.D (2020). *Penggunaan Aplikasi Tiktok dan Efeknya Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Islam di Kelurahan Waydadi Baru Kecamatan Sukarame*. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Prianbodo, B. (2018). *Pengaruh "Tiktok" Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.

Riosepta, P. (2021). *Penanaman Pola Hidup Sehat di Masa Pandemi pada Siswa MI Negeri 1 Purbalingga*. (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).

d. Artikel Web

Admin, <https://www.manmodelbna.sch.id/2015/01/sejarah-man-model-banda-aceh/>, 21 januari 2015, diakses pada 4 juli 2024.

Admin, “*Teori New Media: Pengertian, Fungsi, dan Manfaatnya*” <https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-manfaatnya/> (diakses pada 03 juni 2024, pukul 12.59).

Andi Dwi Riyanto, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>, 18 April 2023, diakses 22 September 2023, jam 13.22 Wib.

Feni Aprilia, “*Dampak Negatif dan Positif dari Fenomena Aplikasi "Tik Tok" bagi Remaja*”, https://www.kompasiana.com/fenyaprilias3947/5b4ee4306ddcae02aa20ad58/dampak-negatif-dan-positif-dari-fenomena-tik-tok-saat-ini-bagi-remaja#google_vignette, diakses pada 4 juli 2024.

Haryaji Catur Putera Hasman, <https://haryaji.blog.uma.ac.id/2022/11/01/apa-itu-media-baru/> diakses pada tanggal 2 juni 2024.

Pengertian dan Istilah, “*pengertian media sosial, ciri-ciri dan fungsinya*”, <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-media-sosial-ciri-ciri-dan-fungsinya-20NLhAo6t3k/full>, diakses pada 11 juni 2024.

Vanya Karunia Mulia Putri, “*Teori Uses and Gratification: Pengertian dan Contohnya*”, tersedia <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/16/100000669/teori-uses-and-gratification--pengertian-dan-contohnya?page=all> diakses pada 27 September 2024

Wikipedia, “*TikTok*”, tersedia <https://id.wikipedia.org/wiki/TikTok> diakses pada 20 Juni 2024

Lampiran 1. SK Penetapan pembimbing skripsi



Lampiran 2. Surat Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 Jl. Syeikh Abdur Rauf Kapelma Darussalam Banda Aceh
 Telepon : 0651- 7557323, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.1193/Un.08/FDK-I/PP.00.9/07/2024
 Lamp : -
 Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
 Kelapa Kantor KEMENAG Kota Banda Aceh
 Assalamu'alaikum Wr.Wb.
 Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **QATRUNNADA SALSABILA / 200401070**
 Semester/Jurusan : VIII / Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Alamat sekarang : Lampeuneurut

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Dampak Penggunaan TikTok Terhadap Gaya Berpakaian Remaja**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 16 Juli 2024
 an. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik dan
 Kelembagaan,



Berlaku sampai : 31 Juli 2024

Dr. Mahmuddin, M.Si.



Lampiran 3. Pedoman Wawancara

1. Konten apakah yang sering anda lihat pada aplikasi TikTok?
2. Bagaimana pendapat anda terhadap gaya berpakaian yang ditampilkan pada konten tersebut?
3. Apakah kamu cenderung tertarik atau biasa saja dengan gaya berpakaian konten creator tersebut?
4. Kalau memang tertarik, biasanya gaya berpakaian bagaimana yang kamu sukai?
5. Apakah gaya berpakaian yang ditampilkan berpengaruh pada diri kamu?
6. Nah pasti terkadang bingung dengan cara styling pakaian, apakah kamu ada mencari gaya berpakaian yang sesuai dengan yang kamu mau? Kalau ada, apakah kamu terinspirasi dengan konten tersebut? Atau hanya melihat saja?
7. Apakah ada perbedaan dalam gaya berpakaian gaya berpakaian remaja sebelum dan setelah menggunakan aplikasi TikTok?
8. Apakah penggunaan TikTok mempengaruhi kepercayaan diri kamu sebelum dan setelah kamu aktif menggunakan TikTok?
9. Apakah ada dampak yang didapat ketika aktif menggunakan TikTok?

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Wawancara bersama Annisa Wirza siswi MAN 1 Model Banda Aceh



Gambar 2. Wawancara bersama Nurilisyifa siswi MAN 1 Model Banda Aceh



Gambar 3. Wawancara bersama Nadira siswi MAN 1 Model Banda Aceh



Gambar 4. Wawancara bersama Cut Putri siswi MAN 1 Model Banda Aceh



Gambar 5. Wawancara bersama Najwa Bilqis siswi MAN 1 Model Banda Aceh



Gambar 6. Wawancara bersama Alya F siswi MAN 1 Model Banda Aceh



Gambar 7. Wawancara bersama yunita Dayyina siswi MAN 1 Model Banda Aceh



Gambar 8. Wawancara bersama Saskiatun N siswi MAN 1 Model Banda Aceh

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Qatrunnada Salsabila
2. Tempat/ Tgl. Lahir : Aceh Besar/ 06 Mei 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM/ Jurusan : 200401070/ Komunikasi Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Lambleut
 - a. Kecamatan : Darul Kamal
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Provinsi : Aceh
8. Email : qatrunnadasalsabila06@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat : SDN 1 Neusok Teubaluy lulus tahun 2013
10. MTs/SMP/Sederajat : MTsS Babun Najah lulus tahun 2016
11. MA/SMA/Sederajat : MAN 1 Model Banda Aceh lulus tahun 2019
12. Perguruan Tinggi : UIN Ar-Raniry Banda Aceh lulus tahun 2024

Orang Tua/Wali

13. Nama Ayah : Jailani
14. Nama Ibu : Nuraini
15. Pekerjaan Orang Tua : Pensiunan PNS
16. Alamat Orang Tua : Lambleut
 - a. Kecamatan : Darul Kamal
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Provinsi : Aceh

Banda Aceh, 12 Agustus 2024

(Qatrunnada Salsabila)