

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
PILIHAN PAKAIAN REMAJA DALAM PERGAULAN  
SEHARI-HARI MASYARAKAT ACEH TENGAH**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**Dwirani**

**NIM. 190401005**

**Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM-BANDA ACEH  
2025**

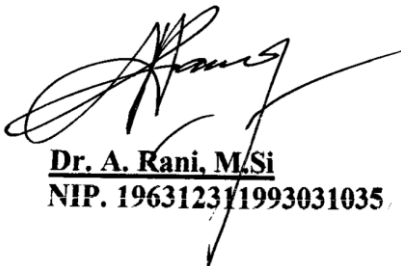
**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
PILIHAN PAKAIAN REMAJA DALAM PERGAULAN  
SEHARI-HARI MASYARAKAT ACEH TENGAH**

**Skripsi**


**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1) Strata 1  
Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi**



**Pembimbing I**

  
**Dr. A. Rani, M.Si**  
**NIP. 196312311993031035**

**Pembimbing II**

  
**Dr. Salman Yoga, S.,S. Ag.,M.A.**  
**NIP. 1971070520080110**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
Dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai  
Tugas Akhir Untuk Meraih Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Prodi Komunikasi Penyiaran Islam**


**Diajukan Oleh**

**DWIRANI  
NIM. 190401005**

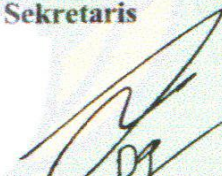
**Selasa, 14 Januari 2025**

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


**Ketua**

  
**Dr. A.Rani, M.Si**  
**NIP. 196313311993031035**


**Sekretaris**

  
**Dr. Salman Yoga, S.S. Ag., M.A**  
**NIP.197107052008011010**

**Anggota I,**

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

**Anggota II,**

  
**Anita, S. Ag., M.Hum**  
**NIP. 197109062009012002**



**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry**

**Prof. Dr. Kusnawati Hatta, M.pd**  
**NIP. 19641220198412200**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DWIRANI

Nim : 190401005

Jenjang : Strata Satu (S1)

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pilihan Pakaian Remaja dalam Pergaulan Sehari-Hari Masyarakat Aceh Tengah”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia Akademis. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya ini, atau adanya kritikan terhadap keasliannya

Banda Aceh, 6 Januari 2025  
Yang membuat pernyataan,



DWIRANI  
NIM. 190401005

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pilihan Pakaian Remaja dalam Pergaulan Sehari-Hari Masyarakat Aceh Tengah”**. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa penulis persembahkan skripsi ini kepada Ayah tercinta tercinta Irwan Purnama dan Ibu tercinta Sukurni yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan. memberikan semangat dan motivasi dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak yang tak terhingga untuk semua doa dan dukungannya. Dan terima kasih kepada kakak dan adik kandung serta keluarga besar yang selalu memberikan semangat juga dorongan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. 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.

3. Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Wakil Dekan I Bapak Dr. Mahmuddin, Wakil Dekan II Bapak Fairus, S.Ag., M.A. dan Wakil Dekan III Bapak Dr. Sabirin.
4. Bapak Syahril Furqani, S. I. Kom., M.I.Kom Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry.
5. Ibu Hanifah, S.Sos.I., M.Ag. selaku sekretaris Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
6. Bapak Dr. A. Rani, M. Si sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik. Dan, Bapak Dr. Salman Yoga, S.,S.Ag.,M.A. sebagai pembimbing II yang telah membantu dan memberikan arahan sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
8. Terima kasih kepada seluruh informan yang telah meluangkan waktu untuk bersedia diwawancarai serta memberikan informasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Terima kasih juga buat sahabat-sahabat seperjuangan seluruh angkatan 2019, dan Juga sahabat- sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alam.

Banda Aceh, 6 Januari 2025

DWIRANI

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Definisi Konsep .....	6
G. Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	9
B. Media Sosial .....	10
C. Instagram .....	15
D. Teori Lifestyle .....	23
E. Pakaian dan Ketentuan dalam Islam .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	33
B. Kehadiran Penelitian .....	34
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	34
D. Sumber Data Penelitian .....	35
E. Teknik Pengumpulan Data .....	36
F. Teknik Analisis Data .....	37
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>44</b>
A. Gambaran Lokasi Penelitian .....	44
B. Gambaran Umum Penggunaan Media Sosial IG Dikalangan Remaja Aceh Tengah .....	49
C. Dampak Media Sosial Instagram Terhadap Pilihan Pakaian Remaja dalam Pergaulan Sehari-Hari Masyarakat Aceh Tengah .....	51
D. Pembahasan .....	55



<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Daftar Instrumen Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3 : Surat Keputusan Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi dari Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry.

Lampiran 4 : Surat Izin Melakukan Penelitian dari Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Lampiran 5 : Surat Izin Telah Melakukan Penelitian dari Desa

Lampiran 6 : Biodata Penulis

## ABSTRAK

Nama : Dwirani  
NIM : 190401005  
Judul Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
PILIHAN PAKAIAN REMAJA DALAM PERGAULAN SEHARI-  
HARI MASYARAKAT ACEH TENGAH  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Dakwah dan Komunikasi

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pilihan Pakaian Remaja dalam Pergaulan Sehari-Hari Masyarakat Aceh Tengah”. Keberadaan media sosial Instagram telah mempengaruhi perilaku remaja, termasuk dalam hal pemilihan pakaian yang digunakan dalam pergaulan sehari-hari. Fenomena ini terlihat pada remaja di Kabupaten Aceh Tengah yang sering kali memilih pakaian yang tidak sesuai dengan syariat, hanya demi mengikuti tren yang berkembang di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran penggunaan media sosial Instagram di kalangan remaja di Aceh Tengah serta dampaknya terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Informan penelitian terdiri dari remaja dan orangtua remaja. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram di kalangan remaja dimulai pada periode 2020–2022, di mana Instagram digunakan sebagai sarana hiburan dan pencarian informasi terkait tren, termasuk tren *fashion*. Media sosial Instagram memberikan dampak signifikan terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari, di mana banyak pakaian yang mereka lihat di Instagram berusaha untuk dimiliki, meskipun pembeliannya dilakukan secara daring melalui platform seperti Shopee dan *e-commerce* lainnya. Pakaian-pakaian tersebut kemudian digunakan dalam kehidupan sehari-hari sebagai bagian dari tren yang berkembang di masyarakat, untuk menarik perhatian saat bergaul. Penelitian ini juga menemukan bahwa peran orang tua dalam mengontrol penggunaan media sosial berbeda-beda. Beberapa remaja mendapatkan pengawasan yang baik, sementara yang lainnya tidak mendapatkan pengawasan secara optimal.

**Kata Kunci:** *Media Sosial Instagram, Pilihan Pakaian Remaja, Pergaulan.*

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar belakang Masalah

Pakaian merupakan segala sesuatu yang dikenakan dari ujung rambut hingga ujung kaki. Berpakaian juga mencakup asesoris dan millineris (pelengkap busana). Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain kebutuhan pangan dan tempat tinggal. Dalam pengertian luas, busana merupakan segala sesuatu yang dipakai mulai dari ujung kepala sampai keujung kaki, yang dapat memberikan kenyamanan dan keindahan bagi sipemakai.<sup>1</sup>

Busana mencakup segala benda yang melekat ditubuh, seperti baju, rok, celana, hijab dan semua benda yang melengkapi dan berguna bagi sipemakai, seperti; selendang, topi, sepatu, tali pinggang, jam, kaos kaki, tas, dasi, semua benda-benda tersebut sering disebut dengan millineris atau pelengkap busana. Busana memiliki fungsi sebagai pelindung tubuh dari sinar matahari dan juga sebagai penutup aurat bagi kaum hawa maupun kaum adam.

Busana terdiri dari 3 unsur, pertama unsur pokok, yang kedua yaitu unsur millineris yang memiliki fungsi ganda terhadap keindahan si pemakai dan untuk melengkapi keperluan sehari-hari, dan yang ketiga yaitu unsur aksesoris yang memiliki sebagai penambah keindahan pada si pemakai. Busana juga dapat menunjukkan identitas ataupun profesi seseorang dengan seragam yang digunakannya.

Wanita muslimah sebenarnya juga dapat tampil dengan penuh gaya sesuai mode pada suatu zaman dengan tiada mengesampingkan etika dan estetika berbusana, khususnya sesuai dengan kaidah-kaidah agama Islam. Islam merupakan ajaran yang mengatur semua aspek kehidupan manusia, termasuk sikap dan perilaku berbusana. Sebagaimana firman Allah SWT:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ  
لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

---

<sup>1</sup> Roudlotul Choriyah, *Praktik Komodifikasi Hijab Oleh SZ Model Management Di Kota Surabaya*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2019), h. 18.

“Hai anak-cucu Adam, sungguh kami telah menurunkan untuk kamu pakaian yang dapat menutupi aurat-auratmu dan untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat”.<sup>2</sup>

Sebagai mana yang telah dijelaskan dalam ayat di atas bahwa perilaku berbusana bagi perempuan yaitu dengan pakaian yang menutupi aurat, tidak menjuntai, tidak membentuk tubuh serta tidak mengundang syahwat bagi kaum lelaki yang melihatnya. Oleh karena itu wanita-wanita muslimah di anjurkan memakai busana yang islami, agar terpelihara dari pandangan maksiat.

Hasil pengamatan awal yang peneliti lakukan di Kecamatan Lut Tawar Aceh Tengah diperoleh keterangan bahwa keadaan remaja di Kecamatan Lut Tawar tersebut banyak yang memakai busana yang tidak sesuai dengan aturan syari'at Islam. Busana yang dipakai oleh remaja putri berupa celana jeans dengan paduan blus yang pendek, berbahan tipis, dan membentuk lekukan tubuh. Gaya dan penampilan remaja tersebut banyak dipengaruhi oleh berbagai media, terutama media yang berupa smart phone, tablet, komputer, laptop, televisi, internet, dan instagram.

Media telekomunikasi berupa instagram merupakan media penyalur informasi yang memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Kehidupan seseorang tidak pernah lepas dari media instagram, terutama remaja. Media instagram memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Seperti yang terjadi saat ini, manusia tidak bisa lepas dari media instagram.

Media instagram yang penyampaian pesannya disertai dengan gambar dan suara atau audio-visual yang dapat mengungkap dan memperjelas maksud dari apa yang sedang ditayangkan sehingga pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh pemirsa dimasyarakat berada. Dengan adanya media televisi pada kehidupan manusia ini menghadirkan suatu peradaban yang signifikan, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Namun globalisasi informasi

---

<sup>2</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Syaamil Quran, 2007), QS. AlA'raf : 26.

dan komunikasi setiap media massa sangat jelas melahirkan suatu efek sosial yang membawa perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia.

Media instagram memiliki pengaruh positif dan juga pengaruh negatif. Pengaruh positif atau pengaruh negatif dari media instagram itu tergantung dari penggunaan setiap orang. Pengaruh positif dari media instagram yaitu sebagai pengetahuan, mencari inspirasi dan hal positif lainnya. Sedangkan pengaruh negatif dari media instagram yaitu dimanfaatkan untuk membuka situs-situs porno, yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang menjadi lebih buruk. Bukan hanya situs porno, namun berbagai informasi yang disajikan juga dapat mempengaruhi perilaku berbusana remaja yang disebabkan arus perkembangan dunia melalui media instagram.

Hasil karya teknologi komunikasi dan informasi seperti sosial media dapat membuat seorang anak menjadi “orang asing” yang akibat globalisasi telah menjadi begitu leluasa hadir di tengah-tengah keluarga, mengubah pola hidup, mendatangkan kebiasaan-kebiasaan baru, bahkan dikatakan bahwa kebutuhan akan teknologi sebagai bentuk hipnotis canggih yang mampu mengubah perilaku dan cara mereka berkomunikasi dengan orang lain.<sup>3</sup>

Banyak hal yang disalurkan oleh media instagram mulai dari hiburan hingga berbagai model busana untuk semua usia termasuk remaja. Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pengaruh perkembangan zaman hanya difokuskan pada hal-hal yang bernuansa hiburan, sangat jarang diterapkan konten-konten islami yang dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Konten islami seperti ceramah, sinetron yang bergenre islami hanya ditayangkan pada bulan ramadhan saja, selebihnya sangat jarang ditemukan di instagram.

Tingginya intensitas masyarakat dalam menonton televisi di beberapa negara menunjukkan bahwa keberadaan media terutama televisi sangatlah dibutuhkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi fungsinya, baik fungsinya mendidik, *to inform* atau memberikan informasi, maupun fungsi yang teringan yaitu *to*

---

<sup>3</sup> Fitri, *Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak*. (Tasikmalaya: Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya, 2017), h. 23.

*entertaint* atau memberikan hiburan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari.<sup>4</sup>

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa instagram serta media sosial lainnya memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari guna memperoleh pengetahuan, wawasan, serta hiburan yang ditampilkan di berbagai media telekomunikasi. Budaya mengikuti berbagai gaya dalam berbusana sudah sekian lama terjadi dikalangan remaja. Faktor-faktor ketertarikan remaja dalam meniru gaya berpakaian disebabkan media instagram yang menampilkan berbagai model busana yang dikenakan oleh para artis dalam berbagai acara di instagram, *influencer*, dan model-model pakaian diberbagai aplikasi belanja *online*.

Fenomena pemilihan terhadap pakaian dikalangan remaja sebagai dampak dari penggunaan media sosial juga terlihat pada remaja-remaja yang ada di seputaran Kota Takengon Kabupaten Aceh Tengah yakni di Kecamatan Laut Tawar dan Kecamatan Kebayakan. Mengingat luasnya wilayah kecamatan yang ada di seputaran Kota Takengon, maka peneliti hanya membatasi di dua desa yang ada sepeutaran Kota Takengon yakni Desa Merah Masra dan Desa Mendale.

Pemilihan dua lokasi tersebut, berdasarkan hasil pengamatan awal yang peneliti lakukan diperoleh fakta bahwa tidak sedikit para remaja dalam berpakaian menggunakan hasil pembeliannya dari pakaian-pakaian yang dipromosikan pada media online, seperti Instgram. Namun, sebagian remaja tidak lagi mempertimbangkan nilai-nilai keislaman dalam memilih pakaian, artinya pakaian yang dipilih dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari terkadang pakaian ketat yang tidak sesuai nilai-nilai syariat Islam. Bahkan satu remaja memiliki beberapa jenis pakaian yang didapatkan melalui media sosial yang saat dipakai tidak mencerminkan pakaian yang muslimah.<sup>5</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik mengangkat judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pilihan Pakaian Remaja dalam Pergaulan Sehari-Hari Masyarakat Aceh Tengah”**.

---

<sup>4</sup> Holilah, Ilah, *Pengaruh Media Terhadap Prilaku Masyarakat*. (Banten: Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2016), h. 44.

<sup>5</sup> Hasil Observasi Awal Pada Tanggal 5 September 2024

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini hanya membatasi fokus penelitian pada aspek gambaran penggunaan media sosial instagram dikalangan remaja didua desa yang ada seputaran Kota Takengon Kabupaten Aceh Tengah yakni Desa Merah Mersa Kecamatan Laut Tawar dan Desa Mendale Kecamatan Kebayakan serta dampak media sosial instagram terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan di sehari-hari masyarakat.

## **C. Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran penggunaan media sosial instagram dikalangan remaja di Aceh Tengah?
2. Bagaimana dampak media sosial instagram terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat Aceh Tengah?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran penggunaan media sosial instagram dikalangan remaja di Aceh Tengah.
2. Untuk mengetahui dampak media sosial instagram terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat Aceh Tengah.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini terdiri dan manfaat teoritis dan manfaat praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai suatu karya ilmiah serta menjadi sumber untuk dipelajari mengenai pengaruh media sosial instagram terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat.



- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada peneliti lainnya yang ingin mengembangkan lebih lanjut penelitian ini.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak remaja, kajian ini sebagai bahan evaluasi dalam menggunakan media sosial instagram agar tidak salah dalam pilihan pakaian untuk pergaulan sehari-hari di masyarakat.
- b. Bagi pembaca, melalui hasil penelitian ini, dapat dijadikan referensi atau rujukan bagi para pembaca agar mendapat suatu gambaran pengaruh media sosial instagram terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat.

## F. Definisi Konsep

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami judul skripsi, maka penulis perlu untuk menjelaskan beberapa istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini, adapun istilah yang memerlukan pembahasan adalah sebagai berikut:

### 1. Instagram

Instagram adalah suatu aplikasi sosial media yang berbasis Android maupun IOS dan dapat digunakan oleh semua orang. Dalam aplikasi ini, pengguna dapat melakukan interaksi dengan sesama pengguna Instagram, sebagai rekomendasi tempat liburan atau rekreasinya yang diabadikan dalam foto ataupun video yang dibagikan ke *Story* atau *feed* Instagram dan sebagai alat bantu dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan seseorang dalam mencari dan membaca suatu berita maupun informasi lainnya yang dijumpai melalui suatu akun non personal atau personal.<sup>6</sup>

### 2. Pakaian

Pakaian secara umum dipahami sebagai alat untuk melindungi tubuh atau fasilitas untuk memperindah penampilan. Tetapi selain untuk memenuhi dua fungsi tersebut, pakaian juga dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang nonverbal, karena pakaian mengandung simbol-simbol yang memiliki beragam

---

<sup>6</sup> Hermawan Riyadi, *Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet*, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram>, diakses Pada Tanggal 19 Agustus 2024.

makna. Islam menganggap pakaian yang dikenakan adalah simbol identitas, jati diri, kehormatan dan kesederhanaan bagi seseorang yang dapat melindungi dari berbagai bahaya yang mungkin mengancam dirinya. Oleh karena itu, dalam Islam pakaian memiliki karakteristik yang sangat jauh dari tujuan yang mengarah pada pelecehan penciptaan makhluk Allah SWT.<sup>7</sup>

### 3. Remaja

Masa remaja ialah masa ketika seseorang individu berada pada usia 13 - 18 tahun sampai. Dimana saat usia ini rata-rata setiap remaja memasuki sekolah menengah tingkat pertama. Masa remaja biasanya orang tua menganggapnya hampir dewasa dan berada diambang perbatasan untuk memasuki dunia kerja orang dewasa.<sup>8</sup>

## G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dan penelitian laporan ini, maka penulis mengklarifikasikan permasalahan dalam beberapa bab yang paling berhubungan, sehingga tampak adanya gambaran yang terarah. Adapun sistematika pembahasannya, sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bagian ini mencakup tentang latar belakang masalah, fokus dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Teoritis, pada bagian bab ini berisikan kajian teoritis penelitian terdahulu dan kerangka teoritis menyangkut tentang pengaruh media sosial Instagram, tata cara pakaian remaja dalam Islam.

Bab III Metode Penelitian, pada bagian ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan dan dan teknik analisis data.

---

<sup>7</sup> Tri Yulia Trisnawati, Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi, *Jurnal The Messenger*, 3.2 (2016), h. 36

<sup>8</sup> Fitri Nur Rohmah Dewi, "Konsep Diri pada Masa Remaja Akhir dalam Kematangan Karir Siswa". *Journal of Guidance and Counseling*, Vol. 5 No. 1 (2021) h. 46 – 62.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini diuraikan temuan penelitian dan pembahasan yang mencakup gambaran umum lokasi penelitian. gambaran penggunaan media sosial instagram dikalangan remaja di Aceh Tengah serta dampak media sosial instagram terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat Aceh Tengah.

Bab V Penutup, pada bab ini memuat kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN KEPUSTAKAAN**

#### **A. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian Oktaviani berjudul “*Pengaruh Akun Instagram @Pevpearce Terhadap Gaya Berbusana*”. Berdasarkan hasil analisis pada Bab sebelumnya maka dapat diambil simpulan bahwa Hasil dari uji analisis data yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial media instagram berpengaruh signifikan terhadap bentuk eksistensi diri pada perubahan gaya busana pevo Surabaya. Pengaruh sosial media instagram terhadap gaya busana pevo Surabaya hal ini ditunjukkan pada tabel uji regresi linear sederhana sebesar 0,576 yang bisa dikategorikan tinggi hal ini dikarenakan pevita sendiri sangat aktif di Instagram dan fansnya pun berkumpul di sosial media tersebut.<sup>9</sup>

Penelitian Yuliansyah dan Supriadi berjudul “*Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Etika Berbusana Pada Remaja Putri di Desa Jotang Kecamatan Empang Kabupaten Sumbawa Tahun 2022*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 8 orang informan yang di teliti menunjukkan 64% remaja yang merasakan dampak negative dalam menggunakan instagram terhadap tumbuhnya prilaku tidak baik dalam etika berbusana. Kemudian menunjukkan 70% yang merasakan dampak positif dalam menggunakan instagram terhadap prilaku etika berbusana pada remaja putri di desa Jotang.<sup>10</sup>

Penelitian Muliana dan Ahmad berjudul “*Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi remaja putri dalam berbusana yaitu keinginan pribadi karena merasa nyaman dengan suatu busana, kurangnya bimbingan orang tua terhadap gaya berbusana dan pergaulan dengan teman yang memakai busana yang sejenis. Sumber ide remaja putri dalam berbusana adalah dari media sosial

---

<sup>9</sup> Oktaviani, Pengaruh Akun Instagram @Pevpearce Terhadap Gaya Berbusana, Indonesian, *Journal of Cultural and Community Development* Vol 11 (2022), h. 6.

<sup>10</sup> Yuliansyah dan Supriadi, Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Etika Berbusana Pada Remaja Putri di Desa Jotang Kecamatan Empang Kabupaten Sumbawa Tahun 2022, *Jurnal Ilmu Sosial* Volume 1 No 1 (2022), h. 28.

yang berupa facebook, instagram, online shopp dan toko-toko terdekat. Disimpulkan bahwa remaja putri lebih mengutamakan kenyamanan dalam berbusana daripada etika berbusana dan mengabaikan tingkat kesopanan dalam memakai suatu busana, sekalipun remaja putri menyadari bahwa gaya mereka dalam berbusana melanggar syari'at Islam. Sumber ide remaja putri dalam berbusana yaitu situs belanja online dan media sosial. Sebaiknya remaja putri dalam berbusana lebih mementingkan syari'at Islam, bukan hanya melihat suatu model busana dari lingkungan, dan media telekomunikasi.<sup>11</sup>

## **B. Media Sosial**

### **1. Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Meike dan Young juga mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Selain itu, media sosial juga diartikan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.<sup>12</sup>

Selain itu, media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer

---

<sup>11</sup> Muliana dan Ahmad, Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* Volume: 4 Nomor : 2 (2019), h. 50.

<sup>12</sup> Nasrullah, Rulli. (2015) *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, Bandung Simbiosis Rekatama Media.

sekarang ini antara lain : Whatsapp, Tik Tok, Facebook, Youtube, Twitter, Wikipedia, Blog, dan lain-lain.<sup>13</sup>

## 2. Jenis-Jenis Media Sosial

Adapun jenis-jenis media sosial yang sering digunakan oleh kalangan remaja sebagai berikut:

### a) Instagram

Instagram ialah *software* mengirim video dan gambar yang membuat penggunanya untuk berfoto *selfie*, memberikan filter pada foto, dan mengunggahnya di beberapa situs media sosial lainnya termasuk Instagram. Arti Instagram berasal dari kosakata “instan” kemudian “gram” dari kosakata “telegram”, Telegram yaitu mentransfer pesan ke pengguna lainnya dengan sangat cepat. Bentuk pertemanan di jejaring sosial Instagram menggunakan ungkapan *following* (pengikut) dan *followers* (pengikut). Semua pengikut dan pengguna yang diikuti dapat berkomunikasi satu sama lain misalnya dengan menyukai unggahan, berkomentar dan juga berkomunikasi secara pribadi melalui fungsi DM.<sup>14</sup>

Instagram adalah suatu aplikasi sosial media yang berbasis Android dan dapat digunakan oleh semua orang. Dalam aplikasi ini, pengguna dapat melakukan interaksi dengan sesama pengguna Instagram, sebagai rekomendasi tempat liburan atau rekreasinya yang diabadikan dalam foto ataupun video yang dibagikan ke *Story* atau *feed* Instagram, dan sebagai alat bantu dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan seseorang dalam mencari dan membaca suatu berita maupun informasi lainnya yang dijumpai melalui suatu akun non personal/ personal.<sup>15</sup>

Instagram memiliki fitur - fitur yang bisa membuat foto yang akan kita unggah menjadi lebih baik, artistik, dan lebih indah, itu memiliki potensi untuk memberikan inspirasi kepada penggunanya dan meningkatkan

---

<sup>13</sup> Fahlepi Roma Doni. (2017) *Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*.

<sup>14</sup> Amaliah, Dampak Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup (Studi Pada Mahasiswa FIS-H UNM), *Jurnal Predestination* Vol 4 No 2 (2023), 4.

<sup>15</sup> Hermawan Riyadi, *Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet*, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>.

kreativitas mereka. Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video seperti yang disebutkan sebelumnya, yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video dan kemudian membagikannya di berbagai layanan jejaring sosial media.<sup>16</sup>

b) *Twitter*

*Twitter* adalah sebuah layanan jejaring sosial (media sosial) dan juga mikroblog yang memungkinkan penggunanya berkirim dan membaca pesan yang tidak lebih dari 280 karakter yang disebut sebagai tweet. Sebelumnya, pesan di *Twitter* hanya sampai 140 karakter tetapi pada tanggal 7 November 2017 ditambah menjadi 280 karakter. *Twitter* didirikan pada 21 Maret 2006 oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams. Sosial Media *Twitter* sendiri dirilis ke publik pada 15 Juli 2006. Maskarnya berada di San Francisco, California, Amerika Serikat.<sup>17</sup>

*Twitter* adalah situs microblogging yang dioperasikan oleh *Twitter, Inc.* Disebut microblogging karena situs ini memungkinkan penggunanya mengirim dan membaca pesan seperti blog pada umumnya. Pesan tersebut dinamakan tweet, membagikan apa yang pengguna pikirkan kepada khalayak lain. Aktivitas pengguna dalam *Twitter* yang bisa digunakan seperti *Retweet, Quote retweet, like* dan *reply* untuk merespon sebuah *tweet*.<sup>18</sup>

Media sosial *Twitter* memiliki manfaat dalam mendukung aktivitas pengguna dalam menyebarkan atau berbagi informasi seperti: bisnis, gaya hidup motivasi, kegiatan sosial, kampanye politik, pengetahuan umum, hiburan, forum sharing, kepedulian sosial terhadap sesama seperti para pengguna membantu orang yang dalam kesusahan. Dengan adanya keberagaman *tweet* ini mampu membuat banyak orang yang dapat membaca dan mendapatkan informasi yang mungkin mereka cari. Belakangan ini,

---

<sup>16</sup> Amila Nafila Vidyana, Mileyanda Qurrota A'yun dan Zikri Fachrul Nurhadi, Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @Laakfkb Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa, *Jurnal Komunikasi dan Media* Vol. 7 No. 2 (2023), 87.

<sup>17</sup> Taufik Rahman, *Media Sosial Twitter*. (Bandung: Jaya Pustaka, 2016), h. 14-17.

<sup>18</sup> McQuail, *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2016), h. 21.

media sosial *Twitter* menjadi perpanjangan ruang masyarakat untuk mengeluarkan pernyataan mereka tentang kasus pelecehan seksual karena melihat tingginya intensitas penggunaan media sosial untuk mengeluarkan pendapat.<sup>19</sup>

c) *Facebook*

*Facebook* adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain.<sup>20</sup> *Facebook* merupakan pengembangan dari beberapa aplikasi sosial media antara lain : *Friendster*, situs jejaring sosial yang sudah ada lebih dahulu. Saat ini *Facebook* menjadi situs wajib dikunjungi setiap harinya oleh mahasiswa. Para remaja merasa tidak enak kalau tidak menyapa kawan sesama member, atau sekadar mengomentari status mereka. Sangat mengasyikkan bisa melihat foto-foto teman terbaru, lalu menuliskan status terbaru, kemudian celetukan pada boks komentar. atau pun sekedar melakukan chatting, suatu aktivitas yang tidak didapatkan pada situs pertemanan lainnya.<sup>21</sup>

d) *Youtube*

Media *YouTube* merupakan layanan video berbagi yang disediakan oleh Google bagi para penggunanya untuk memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. *YouTube* merupakan wujud dari pergeseran teknologi internet (*world wide web*) dari “*read only web*” ke “*read write web*” yakni dari keadaan ketika internet hanya menyediakan sumber bacaan bagi penggunanya ke keadaan ketika internet menyediakan sarana bagi penggunanya untuk membuat dan membagikan sumber bacaan bagi pengguna yang lain.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Kozinets, *Nemography: Doing Ethnographic Research Online*. (Sage: Publications, 2017), h. 32.

<sup>20</sup> Ade Ismail, *Tentang Facebook*. Diakses <http://www.tips-fb.com/2009>, Tanggal 19 Agustus 2024.

<sup>21</sup> Nyaki Everlena Sauyai, Nolly Londa dan Edmon Royan Kalesaran, Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Yang Kuliah di Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado, *e-journal “Acta Diurna”* Volume VI. No. 2. (2017), h. 4.

<sup>22</sup> Andrea Wilson, *Youtube In The...*, h. 4.



Pergeseran tersebut menyebabkan *YouTube* menjadi salah satu media sosial yang praktis dan mudah diakses, sehingga saat ini *YouTube* merupakan situs paling populer dan ditonton oleh ribuan orang tiap harinya. Kecenderungan orang menonton *YouTube* naik 60% tiap tahunnya dan 40% tiap harinya. Selain itu, jumlah penonton *YouTube* naik tiap tahunnya tiga kali lipat. Adapun jumlah video yang ditonton tiap harinya 100.000 video dan ada 65.000 video yang diunggah tiap jamnya. Sekitar 20 juta penonton mengunjungi *YouTube* tiap bulannya dengan kisaran usia 12 - 17 tahun.<sup>23</sup>

*YouTube* menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video yang dibuat para pengguna *YouTube* sendiri. Banyak orang juga terkenal dari situs ini dengan hanya meng-upload video mereka di *YouTube*. Bukan hanya itu saja situs *YouTube* juga dapat digunakan sebagai sarana untuk memasarkan produk. Bukan hanya sebagai sarana hiburan, namun juga para pengguna *YouTube* juga meng-upload video tutorial yang sangat berguna misalnya tutorial memainkan musik atau tutorial memainkan game sehingga tidak harus mengeluarkan biaya yang banyak. *YouTube* juga merupakan sebuah komunitas berbagi video yang, berarti pengguna *YouTube* bisa meng-upload dan melihat berbagai macam video klip online, menggunakan *browser web* apapun. Selain itu *YouTube* bisa diterima masyarakat sebagai informasi dengan isi yang beragam, *YouTube* juga bisa memberikan sebuah hiburan untuk masyarakat penikmat video sebagai media yang mampu memberikan stimulus kuat, dengan *YouTube* masyarakat berhak memilih sajian dan tayangan mana yang mereka inginkan dan butuhkan.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Lestari, Renda, *Penggunaan YouTube sebagai Media Pembelajaran...*, 609.

<sup>24</sup> Julian Nur Afifur Rohman dan Jazimatul Husna, *Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015*, (Semarang: UNDIP, 2016), 3.

## C. Instagram

### 1. Pengertian Instagram

Arti Instagram berasal dari kosakata “*instan*” kemudian “*gram*” dari kosakata “*telegram*”, Telegram yaitu mentransfer pesan ke pengguna lainnya dengan sangat cepat. Bentuk pertemanan di jejaring sosial Instagram menggunakan ungkapan *following* (pengikut) dan *followers* (pengikut). Semua pengikut dan pengguna yang diikuti dapat berkomunikasi satu sama lain misalnya dengan menyukai unggahan, berkomentar dan juga berkomunikasi secara pribadi melalui fungsi DM. (*Direct Messenger*).<sup>25</sup>

Instagram adalah sejenis media sosial yang berfokus pada gambar dan memungkinkan pengguna mengunggah, berbagi, dan melihat foto dan video secara online. Memahami Instagram membutuhkan keakraban dengan semua fitur yang ditawarkan oleh layanan ini.<sup>26</sup> Ferlitasari mengungkapkan, “Instagram merupakan suatu aplikasi yang termasuk dalam media sosial atau lebih tepatnya merupakan jenis jejaring sosial yang digunakan untuk berinteraksi sosial dan mendapatkan informasi melalui foto dan video.”<sup>27</sup>

Menurut Bonaditya Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.<sup>28</sup> Sementara itu Michelle Wifalin menambahkan Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil

---

<sup>25</sup> Amaliah, Ashari Ismail dan Firdaus W Suhaeb, Dampak Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup (Studi Pada Mahasiswa FIS-H UNM), *Jurnal Predestination* Vol 4 No 2 (2023), h. 4.

<sup>26</sup> Nurul Adilla, Rifqa Amalia Zuhri, Syafira Elvina, Kartini, Implementasi Penggunaan Media Sosial Instragram Dalam Perpustakaan Perguruan Tinggi, *Sci-Tech Journal* Volume 2 Nomor 2 (2023), h. 222.

<sup>27</sup> Ferlitasari, R. (2018). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja*. 61. <http://repository.radenintan.ac.id/4221/1/SKRIPSI.pdf>.

<sup>28</sup> Nasiha, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Iain Ponorogo Tahun 2016. *Jurnal Dialogia*, Vol 15 No (2), (2017), h. 337–355.

foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk instagram itu sendiri.<sup>29</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa instagram adalah jejaring sosial yang paling populer digunakan untuk memposting foto. Pengguna mengunggah foto secara digital, menerapkan filter untuk mengedit penampilan mereka, dan membagikan foto tersebut dengan pengguna lain.

## 2. Fungsi Instagram

Sosial media Instagram memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

- a) Sosial media Instagram untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b) Sosial media Instagram dapat mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience (many to many)*.
- c) Sosial media Instagram dapat mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.<sup>30</sup>

## 3. Bentuk-Bentuk Instagram

Bentuk-bentuk fitur yang digunakan oleh pengguna instagram terdiri dari hal-hal berikut.<sup>31</sup>

### a. Foto

Kegunaan utama instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera ponsel ataupun foto-foto yang ada di album foto ponsel tersebut. Fitur unggah foto ini mendukung pengguna Instagram untuk merepresentasikan dirinya di depan para pengguna lain. Selain itu

---

<sup>29</sup> Salmiati Salmiati, Yustia Ningsi, Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Karakter Peserta Didik di Kelas X SMA Negeri 3 Pare Pare. *JPPI Jurnal Pendidikan Islam Pendekatan Interdisipliner*, 3 (1), (2019), h. 73–85

<sup>30</sup> Fahlepi Roma Doni, *Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*. *IJSE Indonesian Journal on Software Engineering* Vol 3 No 2 (2017), h. 55.

<sup>31</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), h. 53-56.

foto atau video dapat diunggah saat itu juga. Adapun jenis foto yang ada pada Instagram ialah:

a) Foto Bergerak

Kini foto bergerak menjadi salah satu yang paling populer diunggah oleh pengguna Instagram. Dengan foto bergerak ini dapat membuat momen yang diekspresikan oleh penggunanya menjadi lebih hidup. Menariknya foto bergerak ini bukanlah video, melainkan sebuah gambar atau foto statis yang dibuat menjadi bisa bergerak

b) Foto *Slide*

Foto *slide* dapat dibuat melalui fitur *Multiple Panoramic*, hingga pengguna dapat membagikan beberapa momen hanya dalam satu *feed* saja. Sehingga enggak perlu lagi *upload* banyak foto dengan latar tempat yang sama. Fitur ini juga memungkinkan penggunanya untuk langsung upload 10 foto, jadi ketika orang lain melihat dan *slide* foto tersebut, akan terlihat menyambung.

c) Foto dengan Iringan Musik

Saat ini pengguna Instagram dapat menambahkan musik ke korsel foto. Melanjutkan peluncuran musik untuk foto beranda, siapa pun dapat menambahkan lagu untuk mengabadikan suasana dan menghidupkan korsel foto.

d) Foto dengan Tempat *Mention*

Menandai (*tagging*) atau menyebut (*mention*) akun teman atau orang lain di Instagram (IG) *Stories* sering dilakukan pengguna. Biasanya, orang yang di-mention adalah orang yang ada dalam konten tersebut atau berkaitan dengannya. Beberapa pengguna juga sering me-mention akun teman lain di Instagram *Stories* agar mereka me-repost atau mengunggah ulang di akun mereka, tanpa repot-repot membuat konten baru.

## b. Vidio

### a) Vidio Singkat

*Reels* memungkinkan pengguna Instagram untuk membuat video pendek yang diberi musik dan dapat dibagikan ke teman, pengikut dan ditemukan saat menggunakan aplikasi.

### b) Vidio *Live*

Instagram dapat mengunggah foto atau video secara langsung melalui kamera perangkat yang saat itu juga sedang digunakan. Banyak pilihan filter atau efek yang diuntungkan bagi pengguna untuk lebih mempercantik hasil tangkapan kamera atau video.

## c. *Follower* (Pengikut)

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antar sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

## 4. Bentuk Penggunaan Instagram

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah membawa perubahan dalam aktivitas masyarakat termasuk dalam hal pencarian informasi yang sudah sangat transparan, salah satunya menggunakan media sosial, seperti Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi berupa *platform* yang menyediakan berbagai fitur seperti kamera, *editing*, *feeds*, *instagram story*, *live on instagram*, *direct message* dan vidio instagram atau IGTV.<sup>32</sup> Instagram sebagai sebuah aplikasi *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun

---

<sup>32</sup> Fuja Siti Fujiawati dan Reza Mauldy Raharja, "Pemanfaatan Media Sosial (*Instagram*) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran," *Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni*, no. 1 (2021): 37-38.

perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>33</sup>

Saat ini pengguna Instagram sudah cukup banyak terutama dikalangan remaja dan orang dewasa. Menurut data yang dipublikasikan oleh Hootsuite pada Februari tahun 2022 menyatakan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial Instagram di Indonesia sebanyak 99 juta pengguna dengan rincian 52,3% merupakan perempuan dan 47,7% merupakan laki-laki.<sup>34</sup> Penggunaan media Instagram terutama dikalangan anak muda saat ini tentu bertujuan untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain, yang salah satunya dapat juga digunakan untuk mengakses suatu kabar atau menelusuri informasi. Hasil survei *Maverick* Indonesia menghasilkan sebanyak 84% generasi muda menelusuri suatu informasi melalui media sosial Instagram.<sup>35</sup>

Instagram sebagai media sosial dalam penggunaannya memiliki bentuk indikator yang terdiri dari:<sup>36</sup>

- a. *Hastag* (tanda pagar) yang memudahkan pengguna untuk mencari informasi sesuai kebutuhan individu.
- b. *Geotag* yang memiliki fungsi sebagai pertanda suatu informasi sesuai tempat kejadian.
- c. *Follow* sebagai suatu sistem untuk mengikuti sesama pengguna Instagram.
- d. *Share*, merupakan sistem di Instagram yang dapat membagikan suatu informasi ke media sosial lain.
- e. *Like*, yang diartikan sebagai penanda suka terhadap informasi yang dilihat oleh pengguna lain.

---

<sup>33</sup> Bambang dikutip dari Annisa Syifa Widianingtyas dan Dede Lilis Chaerowati, "Penggunaan Akun *Instagram* Menumbuhkan Minat Baca Karya Fiksi," *Jurnal Manajemen Komunikasi*, no. 2 (2019): 327

<sup>34</sup> Hootsuite (We are Social): *Data Penggunaan Internet di Indonesia Februari 2022*; dikutip dari Nikmatul Zuhro dan Triana Setiyarini, "Peran Digital Marketing Dalam Strategi Promosi Pada Kampung Pia Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan," *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, no. 2 (2022), <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/download/18415/7769>.

<sup>35</sup> Siska Febrianti, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Baca Masyarakat (Studi Kasus Pada Akun @KomunitasPembacaBuku)," *Jurnal El-Pustaka*, no. 2 (2021): 44.

<sup>36</sup> Yanuba Nurmalinda. dan Dian Purworini, Pengaruh Instagram Sebagai Media Pemberitaan Covid 19 Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta), *Jurnal Common Volume 6 Nomor 1* (2022), h. 74.

- f. Komentar yang merupakan suatu sistem yang disediakan bagi para pengguna Instagram untuk saling berinteraksi.
- g. *Mention* yang merupakan sistem untuk menyinggung sesama pengguna.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Menurut Atmoko (2012) Instagram memiliki lima menu utama dengan beberapa fitur pelengkap lain seperti berikut ini:

a. *Home Page*

*Home page* adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

c. *Explore*

*Explore* merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

d. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.

e. *News Feed*

*News feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

f. Judul

Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

g. Hashtag

*Hashtag* adalah *symbol* bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

h. Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo *sharing*, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

i. *Follow*

*Follow* adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.

j. *Like*

*Like* adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.



k. *Mentions*

Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut.

## 5. Indikator Penggunaan Instagram

Indikator penggunaan Instagram ini adalah:<sup>37</sup>

a. Frekuensi

Frekuensi adalah seberapa sering seseorang menggunakan jejaring sosial untuk berbagai keperluan. Pengulangan tujuan umumnya dikomunikasikan intens satuan waktu (misalnya setiap hari, minggu atau setiap bulan). Frekuensi dalam menggunakan Instagram sehari-hari.

b. Durasi

Durasi adalah jumlah waktu seseorang mengunjungi jejaring sosial IG untuk beragam capaian. Biasanya, durasi dikatakan intens satuan waktu yang berbeda, seperti menit atau jam. Durasi yang dibutuhkan untuk menggunakan Instagram.

c. Fitur

Fitur yang sering digunakan saat menggunakan Instagram untuk mengetahui apa saja yang dilakukan pengguna Instagram saat menggunakannya.

d. Perhatian dan Penghayatan

Keterlibatan khalayak dalam mengakses media sosial meliputi waktu dan energi yang dikeluarkan. Penghayatan Subjek memahami dan menyerap informasi dari jejaring sosial sehingga dapat dipertahankan sebagai informasi baru.

Lim & Yazdanifard mengemukakan penggunaan media Instagram dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Sri Rejeki, Euis Komalawati dan Poppy Indriyanti, Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa, *Jurnal Lugas* Vol. 4 No.2, (2020), h. 170.

<sup>38</sup> Lim, S. H., & Yazdanifard, R. *How Instagram Can Be Used as A Tool In Social Networking Marketing*, (2016), h. 5.

- a. Isi konten
- b. Fungsi berbagi foto & video.
- c. Pengguna bisa mengunggah video teaser selama 60 detik.
- d. Mampu menekan biaya promosi agar produk barang & jasa mudah dikenal.

Indikator penggunaan instagram merujuk pada indikator penggunaan *facebook* oleh Ellison, dkk pada jurnalnya mengukur intensitas berdasarkan:<sup>39</sup>

- a. Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku (dalam kurun waktu satu hari).
- b. Durasi merupakan kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu dalam melakukan aktifitas (lamanya dalam satuan jam).
- c. Keterlibatan emosi antara pengguna dengan medianya artinya merasa senang jika dapat menggunakan media sosial, dan tidak senang ketika tidak bisa menggunakan media sosial.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dalam hal ini instagram memiliki beberapa aspekpek terdiri dari perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi.

#### **D. Teori *Lifestyle* (Gaya Hidup)**

*Lifestyle* atau gaya hidup merupakan suatu pola atau cara hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, serta opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya dan menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di tengah masyarakat. Gaya hidup ini merupakan fungsi dari karakteristik individu yang sudah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana gaya hidup ini juga dapat diartikan sebagai metode atau cara yang ditempuh oleh seseorang dalam menjalankan kehidupannya, yang meliputi minat, aktivitas, ketertarikan/ ketidaksukaan, konsumsi, harapan dan sikap. Gaya hidup ini

---

<sup>39</sup> Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C, The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 12 No 4 (2017), h. 1143.

menjadi pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, serta turut mempengaruhi aktivitas dalam pembelian dan penggunaan produk.<sup>40</sup>

Berkembangnya model gaya hidup di tengah masyarakat merupakan suatu wujud gambaran dari nilai- nilai yang diyakini masyarakat itu sendiri. Dalam memahami perkembangan gaya hidup dibutuhkan suatu perangkat atau program oleh masyarakat untuk menilai perkembangan gaya hidup menurut Nugroho yaitu:<sup>41</sup>

*a. Outer Directed*

Tipe ini menjelaskan bahwa seorang konsumen yang menerapkan gaya hidup dalam melakukan pembelian suatu produk barang atau jasa harus sesuai dengan norma dan nilai yang sudah ada.

*b. Inner Direct*

Pada tipe kedua ini seorang konsumen dalam memilih produk barang atau jasa hanya didasarkan pada rasa keinginan untuk memiliki tanpa adanya dasar sebagai kebutuhan.

*c. Need Driven*

Tipe terakhir ini merupakan tipe seorang konsumen yang dalam menentukan dan memilih setiap produk barang maupun jasa tidak didasari atas keinginan melainkan kebutuhan dari konsumen tersebut untuk membeli suatu produk barang atau jasa.

Gaya hidup merupakan pola hidup individu dalam memahami kekuatan-kekuatan yang bisa diukur melalui tiga dimensi yang biasa dikenal dengan dimensi AIO menurut Sunanto yaitu:<sup>42</sup>

a) *Activity* (Aktivitas)

Aktivitas merupakan salah satu cara yang digunakan individu untuk menghabiskan waktunya dalam kehidupan sehari- hari. Dalam hal ini

---

<sup>40</sup> Kotler, P., & Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. (Jakarta: Erlangga, 2017), h. 87.

<sup>41</sup> Nugroho, *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*. (Jakarta: Gramedia, 2017), h. 16.

<sup>42</sup> Sunanto, *Halal Lifestyle di Indonesia, Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 5 Nomor (2), (2018), h. 57-81

aktivitas yang sering dikerjakan oleh individu seperti mengerjakan hobi, pekerjaan, belanja, kegiatan sosial, dan olahraga.

b) *Interest* (Minat)

Minat merupakan suatu hal yang menjadi ketertarikan setiap individu terhadap sesuatu yang ada disekitarnya atau yang memiliki nilai penting dalam kehidupan setiap individu dalam berinteraksi sosial berkaitan dengan trend, rekreasi, makanan dan keluarga.

c) *Opinion* (Pendapat)

Pendapat merupakan bagaimana cara seorang individu dalam memandang dan menilai diri sendiri dengan lingkungan sekitar seperti masalah sosial, bisnis, pendapat diri sendiri dan orang lain, dan produk.

Gaya hidup adalah parameter koheren yang dirancang untuk menjaga kesehatan, keselamatan dan kesejahteraan manusia. Dengan berbagai praktik, gaya hidup halal menawarkan versi produk yang ramah Muslim dan menawarkan navigasi Muslim pada berbagai tema seperti makanan, kosmetik, farmasi, logistik, pakaian, keuangan, perhotelan dan perbankan. Permintaan akan produk halal juga meningkat secara signifikan, Setiap konsumen menganut syariah dengan tingkat yang berbeda-beda dan tergantung pada tingkat religiusitas mereka, konsumen umumnya memiliki pandangan yang baik terhadap produk yang mematuhi pendekatan halal.

Penelusuran informasi terjadi pada saat seseorang membutuhkan suatu informasi, kemudian seseorang tersebut akan mencari cara untuk dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Menurut Wilson dalam Pendit, 2008 perilaku penelusuran informasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam mencari informasi yang dibutuhkannya melalui berbagai media, sumber dan sistem informasi. Perilaku penelusuran informasi terjadi karena terdapat suatu alasan seperti kurangnya informasi yang dimiliki, keterbatasan pengetahuan, kurang validnya informasi, atau rasa ingin tahu yang besar sehingga seseorang mencari cara untuk memenuhi kebutuhan informasinya dengan cara melakukan penelusuran informasi. Untuk memenuhi kebutuhan akan pengetahuan yang kurang itu, manusia akan mencari informasi melalui berbagai sumber informasi. Oleh karena itu

perilaku penelusuran informasi bisa menjadi metode untuk memperoleh dan menambah pengetahuan.<sup>43</sup>

Landasan teori yang penulis gunakan ialah teori dari Carol C. Kuhlthau yaitu *Information Search Process Model* pada tahun 1991. Pada teori ini proses penelusuran informasi pada mulanya berasal dari adanya keingintahuan atau masalah yang dihadapi oleh mahasiswa sehingga mendorong mahasiswa untuk melakukan penelusuran informasi untuk menyelesaikan permasalahannya. Menurut teori dari Kuhlthau dalam melakukan penelusuran informasi, seseorang melalui tahap “proses” terlebih dahulu yang menurut teori ini dikatakan sebagai “*Information Search Process*”. Teori ini menerangkan bahwa proses penelusuran informasi dimulai dari adanya rasa khawatir terhadap sesuatu yang belum jelas dan belum diketahui sampai pada tahap yang menunjukkan adanya kejelasan dari informasi yang dicari.<sup>44</sup>

## **E. Pakaian dan Ketentuannya dalam Islam**

### **1. Pengertian Pakaian**

Pakaian secara umum pakaian adalah suatu hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Semenjak abad-abad terdahulu manusia sudah mengenal pakaian sebagai penutup tubuh. Pakaian adalah sesuatu yang harus bagi laki-laki dan perempuan. Sebab pakaian merupakan penutup yang melindungi sesuatu yang dapat menyebabkan malu apabila terlihat oleh orang lain.<sup>45</sup> Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pakaian adalah barang yang dipakai (baju, celana, dan sebagainya) sedangkan berpakaian adalah mengenakan pakaian, berdandan, memakai pakaian.<sup>46</sup>

Pakaian mencerminkan sifat dasar manusia yang mempunyai rasa malu sehingga manusia beruaha untuk menutupi badanya dengan pakaian. Jika dahulu manusia mengenakan pakaian hanya untuk melindungi tubuh, kini manusia tidak

---

<sup>43</sup> Pendit, *Perpustakaan Digital dari A Sampai Z*. (Jakarta: Cita Karya Karsa Mandiri, 2018), 18.

<sup>44</sup> Prijana, Erwina, W., & Winoto, Y. *Model Dan Teori Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, (Unpad Press, 2016), 54.

<sup>45</sup> Heri Purnomo, *Dilema Wanita Di Era Modern*, (Jakarta: Mustaqim, 2013), h. 291

<sup>46</sup> Rama K, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Agung, 2012), h. 59.

hanya memandang pakaian sebagai pelindung tubuh, tapi juga melihatnya dari segi estetika dimana pakaian berfungsi untuk membuat penampilan semakin menarik.<sup>47</sup>

Pakaian adalah salah satu ciri peradaban manusia sebagai makhluk terhormat dalam kehidupan, berbeda dengan makhluk lain seperti hewan, bagi hewan pakaian tidaklah masalah (berpengaruh) dalam kehidupannya. Orang yang memakai pakaian baik itu pakaian daerah ataupun pakaian yang modern terlihat lebih menarik dan terlihat lebih indah, dengan berpakaian orang akan lebih mudah berinteraksi dengan lingkungan sekitar.<sup>48</sup>

Pakaian berkaitan dengan budaya dan perkembangan masyarakat. Pakaian adalah produk budaya, sekaligus tuntunan agama dan moral. Dari sini lahir apa yang dinamai pakaian tradisional, daerah, dan nasional, juga pakaian resmi untuk perayaan tertentu, dan pakaian tertentu untuk profesi tertentu serta pakaian untuk beribadah.<sup>49</sup>

Pakaian dalam sosial budaya tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai yang dianut oleh suatu masyarakat. Nilai tersebut dapat bersumber dari ajaran agama atau nilai budaya yang dibentuk secara turun temurun oleh para leluhur sebagai warisan yang dipegang dan dianut oleh suatu masyarakat. Nilai yang berasal dari leluhur merupakan kreasi orang-orang terdahulu sebagai bentuk warisan mulia yang harus dipertahankan oleh generasi selanjutnya. Nilai dalam pakaian patut dipertahankan karena dapat menjadi kebanggaan peninggalan budaya masyarakat.

## 2. Pakaian Menurut Islam

Pengertian pakaian dalam sudut pandang Islam adalah sebagai penutup aurat baik laki-laki maupun perempuan. Pada dasarnya ada dua macam pakaian yaitu yang bersifat jasmaniah (fisik) untuk menutupi aurat dan keindahan, dan pakaian yang bersifat rohani (spiritual) untuk mengisi kekosongan jiwa dengan ketakwaan hati.<sup>50</sup> Menurut Qasim tidak ada satupun ketentuan agama (nash dari syariat) yang mewajibkan pakaian khusus (*hijab*) sebagai mana pakaian yang

---

<sup>47</sup> Indah Rahmawati, *Inspirasi Desain Busan Muslim*, (Bekasi: Laskar Aksara, 2015), h. 7.

<sup>48</sup> Yafie, *Menggagas Fiqih Sosia*, (Bandung: Mizan, 2014), h. 250.

<sup>49</sup> M. Quraish Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*, (Tangerang: Lentera Hati, 2012), h. 38.

<sup>50</sup> Abu Mujaddidul Islam Mafa dan Lailatussa'adah, *Memahami Aurat Wanita*, (Lampung: Lumbung Insani, 2011), h. 46.

dikenal oleh masyarakat Islam, pakaian yang dikenakan menurut Qosim adat kebiasaan yang lahir akibat pergaulan masyarakat Islam dengan bangsa-bangsa lain, yang merupakan anggapan baik dan karena itu mereka menirunya dan menilainya sebagai tuntunan agama.<sup>51</sup> Terkait hal berpakaian juga dijelaskan dalam QS. An-Nisa' Ayat 5 yang berbunyi:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya:

Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.<sup>52</sup>

Menurut Syahrus seorang cendekiawan menyelaskan bahwa pakaian tertutup yang kini dinamai hijab bukanlah kewajiban agama tetapi ia adalah suatu bentuk pakaian yang dituntut oleh kehidupan bermasyarakat dan lingkungan serta dapat berubah dengan perubahan masyarakat.<sup>53</sup> Dalam surat Al-Ahzab Ayat 59 juga berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكُمْ أَذْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya:

Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.<sup>54</sup>

Islam memiliki banyak istilah tentang pakaian yang beredar di masyarakat yaitu:

<sup>51</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*..., h. 167.

<sup>52</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Syaamil Quran, 2007), (QS. An-Nisa' Ayat 5).

<sup>53</sup> *ibid*, 174.

<sup>54</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Syaamil Quran, 2007), (Al-Ahzab Ayat 59).

a) Hijab

Hijab adalah penutup seluruh anggota badan kecuali muka dan telapak tangan. Hijab lebih sempurna dari pada penggunaan kata Al-Khimar (kerudung) karena meliputi seluruh badan termasuk perhiasan.<sup>55</sup>

b) Jilbab

Jilbab kain yang lebih besar ukurannya dari kerudung dan menutup seluruh anggota kecuali wajah dan telapak tangan, atau dalam budaya Indonesia jilbab dikenal sebagai baju gamis, sedangkan Kerudung adalah penutup kepala yang dipakai hanya wilayah kepala sampai bawah dada.<sup>56</sup>

Perintah berpakaian dalam Islam telah diterangkan dalam al-qur'an surat Al-A'rāf ayat 26:

يٰٓيٰٓاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُّوَارِيْ سَوْءَاتِكُمْ وَرِيْشًا وَّلِبَاسًا التَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ اٰتِ  
اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ

Artinya:

“Hai anak-cucu Adam, sungguh kami telah menurunkan untuk kamu pakaian yang dapat menutupi aurat-auratmu dan untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat”.<sup>57</sup>

Ayat di atas menjelaskan kepada umat manusia baik laki-laki maupun perempuan untuk menutup auratnya, dan dengan pakaian itu manusia akan terlihat lebih indah dengan berpakaian. Baik pada saat ibadah maupun keseharian. .

Artinya:

Ya Allah, tutupilah auratku dan amankanlah rasa takutku (H.R Abu Dawud).<sup>58</sup>

Hadis di atas memerintahkan umat Islam untuk memakai pakaian, dengan memakai pakaian sebagai aurat jadi tertutup dan melindungi diri dan perasaan yang

<sup>55</sup> Ibrahim bin Fathi Abd Al- Muqtadir, *Wanita Berjilbab VS Wanita Bersolek*, (Jakarta: Amzah, 2017), h. 6

<sup>56</sup> Mohammad Irsyad, *Jilbab Terbukti Memperlambat Penuaan dan Kanker Kuli*, (Yogyakarta: Mutiara Media, 2012), h. 35

<sup>57</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : Syaamil Quran, 2007), QS. AlA'raf : 26.

<sup>58</sup> Husaini A Majid Hasyim, *Terjemah Riayadhus Sholihin*, (Surabaya: Islam, 2021), h. 19.



tidak enak. Hadis di atas juga selalu dibaca nabi sebagai do'a pada saat memakai pakaian.

### **3. Fungsi Pakian dalam Islam**

Proses penciptaan atau pembuatan pakaian memerlukan keterampilan atau kemahiran yang melibatkan pengolahan bahan mentah, keterampilan dalam membentuk fungsi kegunaan dan nilai estetis, unsur (nilai rohani) spiritual culture (istilah antropologi) atau mental culture (jiwa budaya) sebagai inti daripada keseluruhan makna kebudayaan.

Pakaian tidak saja berfungsi untuk melindungi diri dari alam sekitar, tetapi juga membawa nilai kesopanan dan membawa nilai simbolis (spiritual culture). Pakaian yang dipakai dalam kehidupan sehari-hari atau pun dalam ibadah memiliki fungsi yang berbeda-beda dan memiliki tujuan yang berbeda, maka pakaian untuk beribadah dan untuk keseharian dibedakan. Pakaian dalam keseharian memiliki fungsi melindungi diri dari bahaya luar baik merugikan secara fisik maupun non fisik, lain halnya dalam beribadah yang memiliki fungsi sebagai penutup aurat atau anggota tubuh yang tidak terlihat terutama pada saat beribadah. Fungsi pakaian dijelaskan dalam Al-Qur'an secara tegas diantaranya:

a) Untuk menutup aurat

Menutup aurat merupakan fungsi utama dalam berpakaian, karena dengan berpakaian manusia bisa melakukan aktifitas lain.

b) Fungsi sebagai penghias

Pakaian sebagai perhiasan untuk memperindah penampilan di hadapan Allah dan sesama manusia. Seseorang bebas merancang dan membuat bentuk atau mode serta warna pakaian yang dianggap indah, menarik, serta menyenangkan, selama tidak melanggar batas-batas yang telah ditentukan syariat Islam.

c) Fungsi sebagai pelindung

Fungsi pakaian sebagai pelindung manusia dari sengatan panas dan dingin serta membentengi manusia dari hal-hal yang dapat mengganggu ketentraman. Pakaian melindungi bagian tubuh yang tidak terlihat. Pakaian

bertindak sebagai perlindungan dari unsur-unsur yang merusak, termasuk hujan, salju dan angin atau kondisi cuaca lainnya, serta dari matahari yang mengandung *ultraviolet*. Pakaian juga mengurangi tingkat risiko selama kegiatan, seperti bekerja atau olahraga. Pakaian kadang-kadang dipakai sebagai perlindungan dari bahaya lingkungan tertentu, seperti serangga, bahan kimia berbahaya, senjata, dan kontak dengan zat abrasif.

d) Pakaian sebagai Pembeda

Fungsi keempat yaitu pakaian menunjukkan sosial juga dapat dikembangkan kepada dua bagian besar yaitu pakaian Nasional dan pakaian Tradisional (atau pakaian daerah). Pakaian Nasional dapat diartikan sebagai pakaian yang mencirikan suatu Negara, sebagaimana pakaian Nasional Indonesia telah disepakati secara nasional untuk wanita adalah Kain batik dan kebaya, atau kain batik dengan baju kurung. Sedangkan pakaian Tradisional adalah pakaian yang menunjukkan ciri dari satu daerah, dan pakaian ini biasanya dipakai pada upacara-upaca adat setempat.

Masyarakat barat mempunyai ciri pakaian tersendiri yaitu: rok, gaun dan sepatu hak tinggi biasanya dilihat sebagai pakaian perempuan, sementara dasi biasanya dilihat sebagai pakaian pria. Celana pernah dilihat sebagai pakaian khusus laki-laki, tetapi saat ini dikenakan oleh kedua jenis kelamin. Pakaian laki-laki kadang-kadang lebih praktis dari pada pakaian perempuan (yaitu, mereka dapat berfungsi dengan baik dalam berbagai macam situasi), tetapi pakaian wanita kadang-kadang lebih luas dalam hal mode dari pada pakaian laki-laki.<sup>59</sup>

e) Sosial budaya

Pakaian dalam seting sosial budaya tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai yang dianut oleh suatu masyarakat. Nilai tersebut dapat saja bersumber dari ajaran agama atau nilai budaya yang dibentuk secara turun temurun dari para leluhur sebagai warisan yang dipegang dan dianut oleh suatu komunitas. Nilai yang berasal dari leluhur merupakan kreasi orang-orang terdahulu sebagai bentuk warisan mulia yang harus dipertahankan oleh generasi selanjutnya. Nilai

---

<sup>59</sup> Kuntowijoyo, *Raja Priyayi Dan Kawula*, (Yogyakarta: Ombak, 2014), h. 25.

ini patut dipertahankan karena dapat menjaga eksistensi nilai kemanusiaan dari setiap anggota masyarakat. Indonesia pada saat ini terdapat pasang bentuk pakaian tradisional, dan setiap pakaian daerah tersebut dapat lagi berkembang dengan berbagai bentuk sesuai dengan upacara adat yang dilaksanakan.

Misalnya pakaian untuk upacara kelahiran, pernikahan dan kematian. Mode Pakaian selalu berkembang mengikuti zaman tetapi masih banyak yang menitik beratkan pada budaya. Fungsi pakaian juga berkaitan dengan perkembangan masyarakat. Jas pada zaman dulu di Eropa dipakai laki-laki pekerja buruh pabrik untuk menunjukkan rasa tidak senang kepada para bangsawan yang selalu berpakaian mewah, tapi sekarang pakaian jas di pakai orang-orang kaya dan mempunyai kedudukan sosial tinggi.

Di Roma kuno, hanya para senator yang diizinkan untuk memakai pakaian yang dicelup dengan warna ungu Tyrian. Di Cina, sebelum pembentukan republik, hanya kaisar yang boleh memakai pakaian berwarna kuning. Ini juga terjadi di negara Indonesia pada zaman dulu batik dipakai hanya orang tua, tapi seiring perkembangan zaman dan mode pakaian batik dinikmati semua kalangan. Dalam kebanyakan budaya, perbedaan pakaian antara kedua jenis kelamin dianggap pantas untuk laki-laki dan perempuan.<sup>60</sup>

Fungsi pakaian yang telah disebutkan diatas sangat berpengaruh baik pada kehidupan manusia, akan tetapi fungsi pakaian tidak berlaku jika sipemakai, bahkan menimbulkan kesan negatif. Apabila seseorang tidak membentengi dirinya dengan berbagai ilmu dan akhlak, maka keindahan busana kehalusan kulit tidak akan berguna. Pakaian itu mempunyai kegunaan atau fungsi yang telah di tetapkan. Sehingga tidak boleh digunakan untuk membangkitkan hal-hal yang dibenci atau memberi peluang terjadinya hal-hal yang tercela.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Yafie, *Menggagas Fiqih Sosia*,. (Bandung: Mizan, 2014), h. 249.

<sup>61</sup> Heri Purnomo, *Dilema Wanita di Era Modern...*, h. 311.

### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Kirk dan Miller dalam Moleong penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.<sup>62</sup> Usman mengemukakan bahwa penelitian kualitatif dapat dijadikan sebagai penelitian sosial termasuk dalam hal penelitian komunikasi.<sup>63</sup>

Siyoto dan Sodik mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat, dan/atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.<sup>64</sup> Hal ini sesuai dengan pendapat Sulaiman dan Mariana yang mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>65</sup>

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini ialah metode deskriptif. Mariana mendefinisikan penelitian deskriptif adalah metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang

---

<sup>62</sup> Moleong Laxy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), hal. 4.

<sup>63</sup> Rani Usman, *Etnis Cina Perantauan di Aceh*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009), hal. 120.

<sup>64</sup> Siyoto, S. & Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media*. (Yogyakarta: Publishing, 2015), hal. 28.

<sup>65</sup> Mariana, *Metode Penelitian*. (Semarang: Pustaka STIMART, 2023), hal. 129.

diselidiki.<sup>66</sup> Nawawi, mengemukakan bahwa metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, atau sebagaimana adanya.<sup>67</sup>

## **B. Kehadiran Penelitian**

Kehadiran penelitian ini dikarenakan masih banyaknya ditemukan kasus perilaku memilih pakaian dan pergaulan remaja di Aceh Tengah dengan mengikuti gaya berpakaian yang ditampilkan oleh pengguna instagram, sehingga perlu dilakukan kajian dengan melihat seberapa besar pengaruh penggunaan media instargram tersebut terhadap pemilihan jenis pakaian dalam bergaul dikehidupan sehari-hari. Kajian ini dilakukan di tiga desa yakni Desa Mongal, Desa Merah Masra dan Desa Mendale. Namun, selama penelitian kajian ini hanya membatasi di dua desa Desa Merah Masra dan Desa Mendale. Hal ini dikarenakan saat di lapangan para remaja lebih aktif menggunakan IG dalam bersosial media serta banyak dikalangan remaja lebih bersedia dijadikan sebagai informan.

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah pihak dituju oleh peneliti untuk diteliti sebagai sumber data penelitian atau dengan kata lain subjek penelitian pihak yang memberi informasi yang diperlukan selama penelitian.<sup>68</sup> Dalam penelitian kualitatif pihak yang memberikan informasi disebut dengan informan atau subjek penelitian. Rachmasary menyatakan informan adalah pelaku yang memiliki peran penting untuk mendukung proses penelitian yang dilakukan dengan memberikan tanggapan serta informasi terkait hal yang dianggap penting oleh peneliti. Sugiyono mengemukakan informan penelitian adalah pihak yang menjadi sampel atau subjek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti.<sup>69</sup> Adapun yang menjadi subjek dalam

---

<sup>66</sup> Mariana, *Metode Penelitian*. (Semarang: Pustaka STIMART, 2023), hal. 3.

<sup>67</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2017), hal. 67.

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 171.

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, h. 171.

penelitian ini orang tua remaja dan remaja akhir yang aktif menggunakan media instagram.

Sedangkan objek penelitian ialah sasaran dari penelitian, sasaran penelitian tersebut tidak tergantung pada judul dan topik penelitian tetapi secara konkret tergambar-kan dalam rumusan masalah penelitian.<sup>70</sup> Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah gambaran penggunaan media Instagram dikalangan remaja di Aceh Tengah dan perilaku pemilihan pakaian untuk pergaulan sehari-hari dari remaja yang ada di Aceh Tengah.

#### **D. Sumber Data Penelitian**

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian deskriptif ini adalah :

##### 1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah referensi yang menyediakan data dasar untuk sebuah observasi. Sumber data primer adalah dalam penelitian merupakan data yang diperoleh secara langsung dari jawaban responden dan informan.<sup>71</sup> Menurut Hasan data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.<sup>72</sup> Data primer dalam penelitian ialah hasil wawancara dan observasi lapangan.

##### 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah yang paling banyak ditemukan di perpustakaan. Sumber ini merupakan data tambahan dalam suatu penelitian seperti dokumen, buku, majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.

---

<sup>70</sup> Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), h. 78.

<sup>71</sup> M. Nasir, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Banda Aceh: Arraniry Press. 2017), hal. 22

<sup>72</sup> Hasan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Alfabeta, 2018), hal. 82.

## E. Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

### 1. Wawancara

Wawancara ialah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula. Secara sederhana wawancara diartikan sebagai alat pengumpul data dengan mempergunakan tanya jawab antar pencari informasi tanya jawab antar pencari informasi dan sumber informasi.<sup>73</sup>

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ialah wawancara terbuka dan mendalam yang sifatnya tidak terstruktur. Artinya wawancara dilakukan tidak disusun sedemikian rupa, tetapi dilakukan secara kualitatif dan berlangsung secara alami serta menjurus pada persoalan yang ditujukan. Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih untuk memperkuat data yang diperoleh untuk dokumentasi. Dalam hal ini informan tidak diarahkan tetapi jawaban diserahkan kepada informan.<sup>74</sup>

Informan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti dengan menentukan kriteria pada informan tersebut.<sup>75</sup> Adapun informan yang akan diwawancarai terdiri remaja akhir 10 orang dan orang tua remaja akhir 4 orang sebagai informan pendukung. Agar wawancara berjalan dengan baik, maka penulis terlebih dahulu menyiapkan daftar pertanyaan wawancara dan agar hasilnya terekam dengan baik maka perlu pula disiapkan alat perekam suara berupa *recorder*.

### 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi ialah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang

---

<sup>73</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial...*, hal.118

<sup>74</sup> Abdul Rani Usman, *Etnis Cina Perantauan di Aceh*, (Jakarta: Yayasan Obor, 2009), hal. 124.

<sup>75</sup> Faisal Sanafiah, *Format-Format Penelitian Sosial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 67.

teliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.<sup>76</sup> Adapun dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa profil Desa Merah Masra dan Desa Mendale serta foto-foto saat mengadakan penelitian.

### 3. Observasi

Observasi dalam penelitian ini ialah observasi partisipan yang menurut Nasution dimana peneliti sebagai partisipan dalam kelompok yang diteliti. Peneliti sebagai partisipan, dalam makna sebagai pengamat yang belajar melalui pengalaman langsung. Pada pelaksanaannya, observasi partisipan sering digunakan bersama teknik wawancara dan analisis dokumen. Peneliti sebagai pengamat partisipan pada penelitian, berusaha untuk masuk ke dalam kehidupan orang lain yang akan diteliti, dalam arti mencari tahu sumber permasalahan yang terjadi.<sup>77</sup> Observasi atau pengamatan ialah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra sebagai alat bantu utamanya, seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.<sup>78</sup> Dalam kegiatan ini penulis melakukan pengamatan secara langsung di lapangan terkait penggunaan media instagram, gaya berpakaian remaja di dalam kehidupan sehari-hari.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, atau bahan-bahan yang ditemukan di lapangan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan model analisis interaktif. Sugiyono mengemukakan tiga komponen pokok dalam analisis data yakni:

### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di

---

<sup>76</sup> Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2018), hal. 158.

<sup>77</sup> Nasution, Abdul Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Hafa Kreatif, 2023), hal. 92.

<sup>78</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial...* hal. 143



lapangan. Reduksi data juga merupakan suatu bentuk analisis yang memper-tegas, memperpendek, membuang hal yang tidak penting, dan mengatur data sedemi-kian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan. Reduksi data adalah proses dimana seorang peneliti melakukan telaahan awal terhadap data-data yang telah dihasilkan dengan cara melakukan pengujian data dalam kaitannya dengan aspek atau fokus penelitian.

Sebagaimana makna reduksi atau reduction berarti pengurangan atau penentuan ulang. Maksudnya adalah pengurangan atau penentuan ulang terhadap data yang telah dihasilkan dalam penelitian. Pada tahap ini peneliti coba menyusun data lapangan, membuat rangkuman atau ringkasan, memasukkannya ke dalam klasifikasi dan kategorisasi yang sesuai dengan fokus dan aspek fokus. Dari proses inilah, peneliti dapat memastikan mana data-data yang sesuai, terkait dan tidak sesuai atau tidak terkait dengan penelitian yang dilakukan. Data-data yang sesuai dan terkait disusun rapi dengan sistematis, dimasukkan ke dalam kategorisasi data (proses klasifikasi data).

## 2. Penyajian Data

Penyajian data diartikan sebagai pemaparan informasi yang tersusun untuk memberi peluang terjadinya suatu kesimpulan. Selain itu, dalam penyajian data diperlukan adanya perencanaan kolom dan tabel bagi data kualitatif dalam bentuk khususnya. Penyajian data yang baik dan jelas sistematikanya diperlukan untuk melangkah kepada tahapan penelitian kualitatif selanjutnya.

Melalui serangkaian aktivitas analisis data tahap pertama tahap kodifikasi data dan reduksi data model interaktif Miles & Huberman, maka data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk-tumpuk dapatlah disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah. Pada tahapan pertama analisis data diuraikan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip-transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan atau dokumen lain agar peneliti dapat mengenal data temuannya kemudian melangkah pada tahap penyajian data. Analisa data setelah pengumpulan data, pada tahap penyajian data ini peneliti banyak terlibat dalam kegiatan penyajian

atau penampilan (*display*) dari data yang dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya peneliti kualitatif banyak menyusun teks naratif.

### 3. Verifikasi Data

Verifikasi data adalah proses penyusunan laporan penelitian yang dipergunakan dalam menilai kebenaran landasan teori dengan fakta di lapangan, yang kemudian haruslah diolah dan dianalisis agar bisa diperoleh gambaran penggunaan media sosial instagram dikalangan remaja di Aceh Tengah serta dampak media sosial instagram terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat Aceh Tengah.

### 4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam penelitian dimana data-data yang telah diperoleh akan ditarik garis besar atau kesimpulan sebagai hasil keseluruhan dari penelitian tersebut.<sup>79</sup> Tahap pengambilan kesimpulan dan verifikasi ini adalah suatu tahapan lanjutan dari tahap pertama reduksi data dan kedua penyajian data, dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi data. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan dari suatu wawancara atau observasi / pengamatan, atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, maka peneliti selanjutnya mengecek lagi kesahihan dari interpretasi dengan cara triangulasi atau mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan bahwa tidak ada lagi kesalahan yang telah dilakukan terhadap data. Setelah tahap ketiga ini dilakukan maka peneliti telah memiliki temuan penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukannya terhadap sebuah data hasil wawancara mendalam atau sebuah data hasil observasi lapangan atau data dari dokumentasi.

## **G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Dalam analisis data salah satu syarat yang dimiliki adalah data yang valid dan reliabel. Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif perlu dilakukan validasi data. Objektivitas dan keabsahan data penelitian dilakukan dengan melihat

---

<sup>79</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,... hal. 10-112.

reabilitas dan validasi data yang diperoleh.<sup>80</sup> Dalam penelitian kualitatif, terdapat dua teknik untuk menguji validitas dan reabilitas data yaitu teknik triangulasi dan non triangulasi. Penelitian ini menggunakan metode keabsahan data triangulasi dengan jenis penelitian kualitatif. Menurut Lexy J Moleong Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk melakukan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Dengan penelitian triangulasi peneliti akan melakukan menganalisis hasil putusan dan referensi minimal tiga sumber, untuk mendapatkan hasil data yang valid.<sup>81</sup>

Sidiq dan Khoiri mengemukakan uji keabsahan data penelitian kualitatif dilakukan agar penelitian tersebut dapat dipertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah. Adapun teknik pengujian keabsahan data adalah sebagai berikut.<sup>82</sup>

### **1. Uji Kreadibilitas**

Uji kreadibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan membercheck.

### **2. Perpanjangan**

Dengan perpanjangan pengamatan peneliti akan kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan nara sumber akan semakin terbentuk *rapport*, semakin akrab (tidak ada jarak lagi), semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Bila telah terbentuk rapport, maka telah terjadi kewajaran dalam penelitian, di mana kehadiran peneliti tidak lagi mengganggu perilaku yang dipelajari. Pada tahap awal peneliti memasuki lapangan, peneliti masih dianggap orang asing, masih dicurigai, sehingga

---

<sup>80</sup> Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Edisi Kedua, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 145

<sup>81</sup> Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), hal. 178.

<sup>82</sup> Sidiq, U, & Choiri, M. M, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. (Ponorogo: CV Nata Karya, 2019), hal. 87-101.

informasi yang diberikan belum lengkap, tidak mendalam, dan mungkin masih banyak yang dirahasiakan.

Dengan perpanjangan pengamatan ini, peneliti mengecek kembali apakah data yang telah diberikan selama ini setelah dicek kembali pada sumber data asli atau sumber data lain ternyata tidak benar, maka peneliti melakukan pengamatan lagi yang lebih luas dan mendalam sehingga diperoleh data yang pasti kebenarannya. Berapa lama perpanjangan pengamatan ini dilakukan, akan sangat tergantung pada kedalaman, keluasan dan kepastian data.

### **3. Meningkatkan Ketekunan**

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Sebagai contoh melihat sekelompok masyarakat yang sedang olahraga pagi. Bagi orang awam olahraga adalah untuk meningkatkan kebugaran fisik. Tetapi bagi peneliti kualitatif tentu akan lain kesimpulannya. Setelah peneliti, mencermati secara mendalam, olahraga pagi itu bagi sekelompok masyarakat merupakan wahana untuk transaksi bisnis. Selanjutnya untuk dapat memahami proses perdagangan narkoba, maka peneliti harus melakukan pengamatan secara terus-menerus dan memahami bahasa-bahasa sandi mereka. Meningkatkan ketekunan itu ibarat mengecek soal-soal, atau yang telah dikerjakan, ada yang salah atau tidak.

Dengan meningkatkan ketekunan, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali terhadap data yang telah ditemukan, selain itu peneliti dapat memberikan diskripsi data yang akurat dan sistematis tentang yang diamati. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawancara peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/ dipercaya atau tidak.

#### **4. Triangulasi**

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu. Triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari ketiga sumber tersebut dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan ketiga sumber tersebut.

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.

Triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian, dari tim peneliti lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data.

#### **5. Menggunakan Bahan Referensi**

Referensi yang dimaksud adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditentukan oleh peneliti. Sebagai contoh, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara. Data tentang interaksi

manusia, atau gambaran suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto. Alat-alat bantu perekam data dalam penelitian kualitatif, seperti kamera, handycam, alat rekam suara sangat diperlukan untuk mendukung kredibilitas data yang ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto-foto atau dokumen autentik, sehingga lebih dapat dipercaya.

#### **6. Uji *Dependability***

Uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Sering terjadi peneliti tidak melakukan proses penelitian ke lapangan, tetapi bisa memberikan data. Peneliti seperti ini perlu diuji *dependability*-nya. Kalau proses penelitian tidak dilakukan tetapi datanya ada, maka penelitian tersebut tidak reliabel atau *dependable*. Untuk itu pengujian *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penilaian.

#### **7. Uji *Confirmability***

Uji *confirmability* yaitu mengusahakan agar data dapat dijamin keterpercayaannya sehingga kualitas data dapat diandalkan dan dipertanggung jawabkan. Cara yang dilakukan dengan mengaudit semua data yang diperoleh untuk menentukan kepastian dan kualitas data yang diperoleh. Kepastian hasil peneliti dapat diakui oleh banyak orang secara objektif. Dalam hal ini peneliti menguji kevalidan data/keabsahan data agar objektif kebenarannya sangat dibutuhkan beberapa orang narasumber sebagai informan dalam penelitian.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Kabupaten Aceh Tengah memiliki luas 445.404,12 Ha yang secara geografis terletak pada 4 0 22' 14,42" – 4 0 42' 40,8" LU dan 96 0 15' 23,6" – 97 0 22' 10,76" BT. Batas administratif Kabupaten Aceh Tengah sebagai berikut:

- b. Sebelah Utara : Kabupaten Bener Meriah, dan Bireuen
- c. Sebelah Selatan : Gayo Lues dan Nagan Raya
- d. Sebelah Timur : Aceh Timur
- e. Sebelah Barat : Kabupaten Aceh Barat dan Pidie.

Wilayah Kabupaten Aceh Tengah secara administrasi pemerintahan terbagi atas 14 kecamatan, dengan jumlah kampung sebanyak 295 kampung. Kabupaten Aceh Tengah memiliki klasifikasi kelerengan 40%, dibedakan menjadi datar, landai, berombak, bergelombang, berbukit, bergunung dengan ketinggian 100-2000>Mdpl. Berdasarkan kelompok kelerengan tersebut wilayah Kabupaten Aceh Tengah didominasi dengan kelerengan 25%-40% dengan luasan 184.932,46 Ha atau sebesar 41,52% dari total luas wilayah kabupaten. Pemanfaatan lahan pertanian umumnya dimanfaatkan sebagai perkebunan kopi dengan ketinggian 1000-1500 Mdpl.<sup>83</sup>

Penduduk yang mendiami Kabupaten Aceh Tengah umumnya bersuku Gayo, dimana mayoritas beragama Islam. Jumlah penduduk Kabupaten Aceh Tengah tahun 2020 yaitu 215.576 jiwa, di antara 14 kecamatan yang berada di Kabupaten Aceh Tengah, Kecamatan Bebesen adalah kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak dengan jumlah 41.010 jiwa, dan diantara 14 kecamatan itu terdapat pula kecamatan dengan jumlah penduduk yang sedikit yaitu Kecamatan Atu Lintang dengan jumlah penduduk sebanyak 6.989 jiwa.<sup>84</sup>

Jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin di Kabupaten Aceh Tengah tahun 2019 dengan total jumlah penduduk laki-laki sebanyak 107.308 jiwa dan perempuan sebanyak 105.186 jiwa bahwa mayoritas

---

<sup>83</sup> Sumber: BPS: Kabupaten Aceh Tengah dalam Angka, 2024.

<sup>84</sup> Sumber: BPS: Kabupaten Aceh Tengah dalam Angka, 2024.

jumlah penduduk yang berada di Kabupaten Aceh Tengah tercatat dari 14 kecamatan dengan jumlah penduduk yang berusia 5-9 tahun dengan jumlah laki-laki sebanyak 12.023 jiwa dan perempuan sebanyak 11.847 jiwa. Sedangkan untuk jumlah usia penduduk minoritas adalah berusia 70-74 tahun dengan jumlah laki-laki sebanyak 906 jiwa dan jumlah perempuan sebanyak 1026 jiwa. Dapat kita bandingkan dengan tabel 4.1 jumlah penduduk Kabupaten Aceh Tengah tahun 2020 yaitu 215.576 jiwa sedangkan pada tabel 4.2 jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin di Kabupaten Aceh Tengah tahun 2019 dengan hasil total keseluruhan dari jenis kelamin laki-laki dan jenis kelamin perempuan tercatat 212.494 jiwa maka dapat disimpulkan di Kabupaten Aceh Tengah mengalami peningkatan jumlah penduduk di tahun 2020 sebanyak 3.082 jiwa.

Mayoritas jumlah angkatan kerja dan bukan angkatan kerja menurut pendidikan di Kabupaten Aceh Tengah tahun 2019 yaitu pendidikan yang ditamatkan SMP dengan angkatan kerja sebanyak 23.359, bukan angkatan kerja sebanyak 13.253 dan penduduk 15 tahun keatas sebanyak 36.612. sedangkan minoritas pendidikan yang ditamatkan yaitu Diploma L/L1/L11 dengan jumlah angkatan kerja sebanyak 4.173, bukan angkatan kerja sebanyak 811, dan penduduk 15 tahun ke atas sebanyak 4984. Dengan totalan jumlah angkatan kerja dan bukan angkatan kerja menurut pendidikan di Kabupaten Aceh Tengah yaitu jumlah angkatan kerja sebanyak 105.755, bukan angkatan kerja sebanyak 39.570, dan penduduk 15 tahun ke atas sebanyak 145.325.<sup>85</sup>

Jumlah penduduk usia 15 tahun ke atas menurut kegiatan yang dilakukan seminggu terakhir, TPT dan TPAK di Kabupaten Aceh Tengah pada tahun 2019, kegiatan seminggu terakhir dengan bekerja berjumlah 102.9482 penduduk, sedangkan pengangguran terdapan 2.807 penduduk. Dengan totalan jumlah penduduk 145.325 terbagi menjadi 2 yaitu tingkat partisipasi angkatan kerja dengan total 72.77 persen dan pengangguran terbuka sebanyak 2,65 persen. Jumlah penduduk usia 15 tahun ke atas yang bekerja berdasarkan lapangan usaha pekerjaan utama Di Kabupaten Aceh Tengah Tahun 2019. Dapat kita lihat rata-rata mayoritas Kabupaten Aceh Tengah bekerja sebagai petani dengan jumlah 57.669 penduduk,

---

<sup>85</sup> Sumber: BPS: Kabupaten Aceh Tengah dalam Angka, 2024.



dan bekerja sebagai jasa sebanyak 19.354 penduduk, selanjutnya Kabupaten Aceh Tengah juga banyak bekerja sebagai pedagang yaitu dengan jumlah 13.820 penduduk.<sup>86</sup>

### **1. Desa Merah Masra**

Kampung Merah Mersa berada di jantung kota Takengon dan didalam wilayahnya berlokasi beberapa kantor instansi pemerintah kabupaten Aceh Tengah diantaranya Pendopo Bupati Kabupaten Aceh Tengah, Baitul Mal Kabupaten Aceh Tengah, Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Aceh Tengah, Bawaslu Kabupaten Aceh Tengah dan Sekretariat KONI Kabupaten Aceh Tengah . Di wilayah kampung Merah Mersa juga berlokasi Masjid "Agung Ruhama" Takengon dan beberapa sekolah diantaranya SMPN 1 Takengon, SDN 8 Lut Tawar dan SDN 9 Lut Tawar. Di kawasan kampung Merah Mersa juga terdapat markas Komando Rayon Militer (Koramil) 03/Lut Tawar, Asrama Kodim 0106 Takengon serta beberapa destinasi kuliner masyarakat Takengon dan sekitarnya. Keberadaan kampung ini tak terlepas dari adanya pemekaran kampung Takengon Barat pada tahun 2009, yaitu bersamaan dengan munculnya beberapa kampung baru lainnya di wilayah Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah. Sebelum pemekaran kampung Merah Mersa merupakan bagian dari kewilayahan dusun III kampung Takengon Barat.<sup>87</sup>

Masyarakat kampung Merah Mersa merupakan masyarakat yang heterogen yaitu masyarakat yang terdiri dari berbagai macam etnis, suku, ras dan agama. Penduduk Merah Mersa memiliki beragam latar belakang suku diantaranya : Suku Gayo, Suku Jawa, Suku Aceh, Suku Batak, Suku Padang dan sebagian lainnya adalah keturunan Tionghoa. Iklim masyarakat majemuk yang telah tumbuh sejak lama didasari oleh kesamaan perasaan anti penjajahan terutama pada masa-masa awal kemerdekaan sangat berpengaruh pada pola hidup rukun secara berdampingan dan damai diantara penduduk yang berasal dari beragam latar belakang tersebut.

---

<sup>86</sup> Sumber: BPS: Kabupaten Aceh Tengah dalam Angka, 2024.

<sup>87</sup> Sumber: *Perencanaan Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kampung Merah Mesra*, 2024.

Secara administrasi Kampung Merah Mersa berada di Kecamatan Lut Tawar, Kabupaten Aceh Tengah, Provinsi Aceh. Dengan batas wilayah:

- a. Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kampung Kuteni Reje
- b. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kampung Bale Atu
- c. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kampung Takengon Barat
- d. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kampung Takengon Barat.<sup>88</sup>

Total Area Kampung Merah Mersa adalah  $\pm 81.753$  m<sup>2</sup> atau  $\pm 8,18$  Ha terbagi menjadi 2 (dua) Dusun, yaitu Dusun Gerah Giri dengan luas area seluas  $\pm 24.453$  m<sup>2</sup> atau  $\pm 2,44$  Ha dan Dusun Ruhama dengan luas area  $\pm 57.300$  m<sup>2</sup> atau  $\pm 5,73$  Ha. Mata Pencaharian Warga sebagian besar adalah sebagai Wiraswasta dengan total 14,84% dari total populasi, selanjutnya Aparatur Sipil Negara (ASN) sebesar 8,52% dari total populasi, Tentara Nasional Indonesia (TNI) sebesar 3,16% dari total populasi dan Petani/Pekebun sebesar 2,19% dari total Populasi. Sebagian kecil lainnya bermata pencaharian sebagai Karyawan Swasta, Karyawan BUMD, Tukang Kayu, Dosen, Guru, Dokter, Bidan, Pedagang, dan Perangkat Desa. Pengembangan keadaan sosial ekonomi masyarakat Merah Mersa masih bertumpu pada modal sendiri. Pendapatan masyarakat Merah Mersa tidak berasal dari satu aspek sumber saja, terdapat beberapa sumber yang menjadi nilai tambah bagi pendapatan rumah tangga masyarakat Merah Mersa.<sup>89</sup>

## 2. Desa Mendale

Desa Mendale terletak di Kecamatan Kebayakan yang wilayahnya terletak di bagian utara Kabupaten Aceh Tengah, dan batas wilayah administrasi Kecamatan Kebayakan adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Barat berbatasan dengan Kampung Jongok Bathin Kec. Kebanyakan.

---

<sup>88</sup> Sumber: *Perencanaan Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kampung Merah Mesra*, 2024.

<sup>89</sup> Sumber: *Perencanaan Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kampung Merah Mesra*, 2024.

- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kampung Kelitu dan Kampung Sintep Kecamatan Bintang.
- c. Selatan Utara berbatasan dengan Kabupaten Bener Meriah.
- d. Sebelah Selatan dengan Danau Laut Tawar dan Kampung Kala Lengkie Kecamatan Kebayakan.<sup>90</sup>

Mata pencaharian masyarakat di Desa Mendale terutama sektor pertanian dan perkebunan, selebihnya bekerja sebagai peternakan, perikanan, perdagangan dan pemerintahan. Kegiatan manusia dalam memperoleh kesejahteraan rumah tangga, seperti makanan, minuman, pakaian, dan perumahan, merupakan mata pencaharian atau sistem ekonomi. Pada umumnya masyarakat Desa Mendale bermata pencaharian sebagai nelayan dan bertani. Di manapun masyarakat berada di dekat danau, di sanalah masyarakat mencari penghasilan sehari-hari dari nelayan dan sawah.

Masyarakat Kampung Mendale mengalami kemajuan pendidikan, terbukti dengan adanya motivasi dari orang tua yang sangat mendukung dalam mendidik anaknya baik dalam bidang keagamaan, seperti menyekolahkan anaknya ke Dayah-Dayah atau pondok pesantren untuk meningkatkan keimanannya. pengetahuan, dan pada tingkat umum. Seseorang yang terdidik, dibutuhkan upaya yang bertujuan dan metodis untuk memberikan keterampilan dan informasi, kebiasaan berpikir, dan perilaku yang diharapkan dimiliki oleh siswa. Pendidikan disebut juga dengan enkulturasi. Pendidikan mendefinisikan teknik untuk menyebabkan orang menerima budaya dan berperilaku sesuai dengan budaya yang mereka terima.

Melalui pendidikan yang diterima oleh penduduk Kampung Mendale, masyarakat akan mampu menjaga dan mengenali pentingnya warisan budaya daerah tersebut. Lebih jauh lagi, masyarakat sadar bahwa tinggalan arkeologi tersebut merupakan cagar budaya nenek moyang kita sekaligus identitas sejarah

---

<sup>90</sup> Sumber: *Perencanaan Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kampung Mandale*, 2024.

masyarakat Aceh. Akibatnya, kita harus melindunginya dengan tidak merusak atau mengabaikan sejarah budaya yang ada di sekitar kita.<sup>91</sup>

## **B. Gambaran Penggunaan Media Sosial Instagram Dikalangan Remaja di Aceh Tengah**

Penggunaan media sosial berupa Instagram dikalangan remaja yang ada di Desa Merah Mesra dan Desa Mandale Kabupaten Aceh Tengah dapat diketahui dari berbagai keterangan remaja itu sendiri, sebagai mana yang dinyatakan oleh beberapa informan di bawah ini, seperti keterangan Brigita Niken Engite sebagai berikut:

“Saya sudah menggunakan media sosial Instagram dari 2 tahun yang lalu sekitar umur 15 tahun 2022 dengan nama IG @ brigitanikenengite. Tujuan saya menggunakan instgaram ialah untuk mencari tahu dunia luar yang tidak ada di lingkungan sekitar saya contohnya teman teman saya yang ada di luar kota dan keluarga yang di luar kota dan juga artis dan selebgram yang saya tertarik atau ikuti. Bagi saya IG juga bermanfaat untuk hiburan, berbagi cerita tentang kehidupan saya atau mungkin sekedar memposting sedang berada di mana saya atau mungkin sedang bersama siapa”.<sup>92</sup>

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa penggunaan media sosial IG oleh kalangan remaja Aceh Tengah dimanfaatkan terutama untuk hiburan, berbagi cerita sesama teman dan memposting berbagai pengalaman yang dirasakan agar dapat dilihat oleh teman-teman yang ada di IG. Sementara itu, Mira Febriani yang juga remaja pengguna IG mengemukakan sebagai berikut:

“Saya menggunakan IG sudah sejak tahun 2020 dengan nama @mirafebrianiiii. Tujuan saya main IG untuk berkomunikasi dengan teman dan mencari inspirasi fashion. Bahkan IG membuat saya jadi lebih tahu tren fashion terbaru dan rekomendasi produk kecantikan, Biasanya IG saya gunakan untuk hiburan, mencari ide gaya berpakaian, dan melihat tips kecantikan. Bahkan IG pernah saya manfaatkan untuk mencari pakaian, tapi saya jarang membeli langsung di Instagram, karena menurut saya, harga di Instagram sering lebih mahal dibandingkan *platform* lain seperti *Shopee*

---

<sup>91</sup> Sumber: *Perencanaan Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kampung Mandale*, 2024.

<sup>92</sup> Wawancara bersama informan Brigita Niken Engite pada 14 november 2024 di kampung merah mersa

atau *Tiktok Shop*. Bahkan modelnya bagus, tapi saya merasa lebih nyaman membeli di *marketplace* lain karena lebih banyak promo”.<sup>93</sup>

Keterangan remaja di atas jelas menggambarkan bahwa Gambaran penggunaan media sosial IG dikalangan remaja lebih untuk menghibur diri seperti membaca postingan kawan di IG, menaikkan status di IG serta chetingan dengan kawan di IG. Tidak hanya itu, sebagian remaja dalam menggunakan IG juga menjadikan IG sebagai sumber informasi untuk mendapatkan jenis pakaian yang sedang tren untuk dibeli dan digunakan di masyarakat. Gambaran penggunaan IG dikalangan remaja juga diakui oleh Ulfa Zahara yang juga salah satu remaja di Aceh Tengah yang menyatakan bahwa:

“Aku mulai pake Instagram dua tahun lalu, waktu itu masih kelas 2 SMP, jadi sekitar tahun 2022 dan nama Instagram ku @ ulfzhara. Instagram aku pake buat cari inspirasi baju sama gaya, terus sekalian hiburan juga kadang di pake buat lihat lihat aja dan yang jelas banyak inspirasi gaya, apalagi kalau lagi bingung mau pake baju apa. Aku juga sering liat reels lucu-lucu biar ngilangin bosan dan paling sering buat liat konten fashion, nonton reels, dan nge-stalk teman atau akun-akun yang menarik”.<sup>94</sup>

Gambaran di atas diperkuat dengan keterangan salah satu orangtua remaja yang aktif mengenakan media Instagram yakni sebagai berikut:

“Sebenarnya tanggapannya tu ada plus minus ya plusnya itu tergantung yang di ikuti apa kontennya kemudian minusnya kalau mereka salah melihat contoh2 yang ada di intagram tergantung pengawasan orang tua terhadap anak menggunakan sosial media ya itu intagram. Terkait manfaat kalau bagi anak saya karena mungkin pertemannya dan kemudian apa yang dia lihat sangat saya kontrol jadi di situ dia bisa belajar tentang agama kemudian mengikuti akun-akun yang memang saya juga mengikutinya jadi saya tidak membiarkan anak saya mengikuti akun yang tidak bermanfaat tergantung kontrolnya kalau saya sangat mengontrol anak saya”.<sup>95</sup>

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa berbagai manfaat positif dapat diambil oleh remaja dari media Instagram, hanya saja orangtua dapat terlibat mengontrol penggunaan Instagram pada anak tersebut. Bahkan di Aceh Tengan

---

<sup>93</sup> Wawancara bersama informan Mira Febriani pada 14 november 2024 di kampung merah mersa

<sup>94</sup> Wawancara bersama informan Ulfa Zahara pada 14 november 2024 di kampung Mendale kecamatan Kebayakan

<sup>95</sup> Wawancara bersama ibu anna, ibu dari informan rita simahate pada 29 november 2024 di kampung mendale

sebagian orangtua melibatkan diri dalam mengawasi anak bermain media sosial termasuk dalam hal memilih pakaian yang dipromosikan melalui Instagram.

Namun ada juga keterlibatan orangtua tidak sejak anak membutuhkan biaya menggunakan IG, sebagai mana keterangan salah satu orangtua di bawah ini:

Karena saya tidak tahu dia beli pakaian di Instagram, saya tidak bisa berkomentar banyak. Tapi kalau dia beli, saya harap tetap sesuai dengan norma dan nilai keluarga kami. Penampilan anak harus sopan dan rapi, sesuai dengan budaya kita. Saya selalu mengingatkan agar dia berpakaian dengan baik, dari mana pun dia beli pakaiannya. Sejauh yang saya tahu, kalau dia butuh pakaian, biasanya saya yang belikan langsung di pasar atau toko.<sup>96</sup>

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa gambaran penggunaan IG dikalangan remaja yang ada di Aceh Tengah sebagian melibatkan orangtua yang selalu mengawasi kegiatan penggunaan IG pada remaja, namun sebagian lagi remaja sama sekali tidak terkendali orangtua sehingga memunculkan banyak dampak buruk, termasuk dalam hal memilih pakaian untuk digunakan dalam pergaulan di masyarakat.

### **C. Dampak Media Sosial Instagram Terhadap Pilihan Pakaian Remaja dalam Pergaulan Sehari-Hari Masyarakat Aceh Tengah**

Perilaku penggunaan media sosial Instagram dikalangan remaja yang ada di Aceh Tengah tersebut juga berdampak terhadap upaya remaja untuk menemukan kebutuhan-kebutuhan *fashion* seperti pakaian berupa celana, baju, jilbab dan lain sebagainya yang saat ini banyak dipromosikan melalui media *online* oleh *ambassador* seperti selegram dan lain sebagainya. Hal ini sebagai mana yang dinyatakan oleh Brigita Niken Engite yakni sebagai berikut:

“Saya pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saya pakai, namun saat membeli jika lokasinya masih terjangkau biasanya saya lebih memilih pergi langsung ketokonya daripada langsung membelinya dari Instagram. Kalau harga menurut saya tergantung *brand* atau kualitas pakaian yang din jual oleh akun yang menjual sedangkan merek Tenama bisannya bagus bahannya. Media IG juga mempermudah informasi tentang pakaian

---

<sup>96</sup> wawancara dengan ibu fitri, ibu dari informan Laraina Areta pada 29 november 2024 di kampung mendale

yang hendak saudara beli di media instagram terutama melalui *story* penjual pakaian tersebut. Namun, saya masih sangat jarang tapi ada beberapa kali jenisnya seperti jaket *hoodie* atau celana bahkan kedepanya mungkin jarang membeli melalui Instagram karena saya lebih suka langsung beli ke toko dan melihat barang secara langsung. Namun, pakaian yang di beli di IG tetap saya pakai karena nyaman untuk di pakai sehari hari”.<sup>97</sup>

Keterangan di atas menjelaskan bahwa penggunaan media sosial Instagram berdampak terhadap pemilihan pakaian oleh kalangan remaja di Kabupaten Aceh Tengan. Dimana dengan adanya media IG kalangan remaja mendapatkan berbagai informasi terkait bisnis jual beli pakaian yang dipromosikan oleh selegram. Bahkan tidak sedikit yang melakukan pembelian. Hal ini juga didukung oleh keterangan salah satu orangtua remaja yang menyatakan bahwa:

“Saya selama ini mengetahui anak membeli pakaian melalui media sosial karena dia keseringan konsultasinya ke saya kalau mau membeli sesuatu di Instagram dan biasanya pun atas persetujuan saya. Menurut pandangan saya terhadap pakaian yang dibeli melalui Instagram tersebut sejauh ini bagus bagus ya kualitasnya juga bagus walaupun memang ada saya mendengar kabar belanja di Instagram itu hati hati banyak penipuan barangnya tidak di kirim lebih terjamin di market plaze yang lain. nah itu tergantung kitanya lagi memilih tokonya alhamdulillahnya kami memilih toko toko yang memang brandnya dan kualitasnya sudah terjamin dan sejauh ini saya lihat prodaknya bagus bagus”.<sup>98</sup>

Tidak hanya sebatas pembelian saja, media IG telah berdampak terhadap perilaku loyalitas remaja untuk terus memanfaatkan IG sebagai sarana membeli pakaian untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat, sebagai mana keterangan salah satu remaja di bawah ini:

“Alasan saya membeli pakaian melalui instagram karena tertarik dengan model pakaian yang mereka jual dan juga tertarik dengan iklannya bahkan perasaan saya saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram di kehidupan sehari-hari sangat senang dan nyaman dalam memakainnya akan

---

<sup>97</sup> Wawancara bersama informan Brigita Niken Engite pada 14 november 2024 di kampung merah mersa

<sup>98</sup> Wawancara bersama ibu anna, ibu dari informan rita simahate pada 29 november 2024 di kampung mendale

tetapi tidak berdampak sama sekali terhadap kepercayaan diri saya karna kepercayaan diri saya tidak muncul dari pakaian yang saya gunakan”.<sup>99</sup>

Dari keterangan di atas, maka jelaslah bahwa penggunaan media IG telah membuat sebagian remaja di Kabupaten Aceh Tengah, khususnya di Desa Merah Mersa dan Desa Mandale memilih untuk mendapatkan pakaian sehari-hari dari promosi-promosi yang ada di media IG tersebut. Adanya dampak penggunaan IG terhadap upaya pembelian pakaian sejenis yang dilihatnya untuk bisa dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari dimasyarakat juga diakui oleh Widia Pradita yang menyatakan sebagai berikut:

“Saya memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saya beli di media instagram dengan adanya unggahan teman, iklan, atau rekomendasi influencer, tapi saya lebih sering cek ulang di marketplace lain. Namun, saya belum pernah membeli pakaian di Instagram karena lebih memilih belanja di marketplace lain. Bahkan kedepannya mungkin tidak juga memilih pakaian di IG karena saya merasa platform lain lebih terpercaya dan mudah digunakan”.<sup>100</sup>

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa sekalipun remaja tidak membeli pakaian yang dipromosikan di IG, namun penggunaan IG telah membuat sebagian remaja mengetahui perkembangan gaya hidup melalui pakaian sehingga informasi yang didapatkan di IG direalisasikan untuk mendapatkannya pada media sosial lain yang dianggap lebih terpercaya atas pengalaman selama ini berbelanja pakaian untuk dikenakan dalam pergaulan sehari-hari. Sementara itu, Ulfa Zahara yang juga remaja menyatakan bahwa:

“Pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak dipakai, bahkan sering dan aku suka liat inspirasi baju yang cocok buat cewek berhijab. Tapi cuma jadi referensi aja, gak pernah beli langsung dari situ. Menurut aku, harga di Instagram agak mahal. Kalau beli di Shopee atau marketplace lain, biasanya lebih murah dan model baju-bajunya keren, *trendy* banget. Cuma merek-mereknya kadang terasa lebih ke orang yang penghasilan tinggi. Aku biasanya liat dari akun influencer atau akun toko yang direkomendasikan teman-teman. Kadang liat dari *explore* juga. Aku gak punya pengalaman soal itu, tapi kalau dari inspirasi Instagram, aku ngerasa cukup puas dengan gaya

---

<sup>99</sup> Wawancara dengan informan Aura Aurelia pada 20 november 2024 di kampung merah mersa

<sup>100</sup> Wawancara dengan informan widia pradita pada 20 november 2024 di kampung merah mersa



yang aku pilih. Walaupun aku gak beli dari Instagram, inspirasi dari sana bikin aku lebih pede dengan penampilan aku sehari-hari”.<sup>101</sup>

Berdasarkan keterangan remaja di atas maka jelaskan bahwa media IG tidak selalu membuah remaja memih pakaian untuk dibelinya, melainkan hanya melihat informasi tentang perkembangan tren pakaian, namun sebagian lebih membelinya melalui shopee shop dan COD karena lebih mudah dan terpercaya.

Sementara itu, salah seorang orangtua remaja memiliki pandangan terhadap penampilan anaknya menggunakan pakaian yang dibeli melalui Instagram di kehidupan masyarakat sebagai berikut:

Secara umum di kehidupan masyarakat kembali seperti yang saya bilang tadi ada plus minusnya kalau misalnya dia mengikuti cara berpakaian artis artis korea ya mungkin cara berpakaianya mengarah kesitu mereka melihat itu keren dan ingin menjadi seperti itu tapi kalau misalnya yang dia lihat pakaian muslimah dan dia tau bagaimana harusnya muslimah bepakaian dari informasi yang di dapat di Instagram pasti dia akan mengikut cara berpakaian yang seperti itu.<sup>102</sup>

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa penggunaan media sosial instagram berdampak terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat Aceh Tengah. Dimana remaja banyak menginguti gaya-gaya pakaian modern baik pakaian tersebut berbentuk syar’i maupun berbentuk pakaian tidak syar’i seperti celana bagi perempuan dan lain sebagainya. Hal yang hampir sama juga dikatakan oleh salah satu orangtua anak lainnya, yakni sebagai berikut:

“Dampak baiknya, Instagram bisa jadi sumber inspirasi dan kreativitas. Anak-anak juga bisa belajar banyak hal baru dari konten edukasi atau melihat usaha orang lain di sana. Sedangkan dampak buruknya, anak-anak bisa terlalu fokus pada tren atau gaya hidup di Instagram yang belum tentu sesuai dengan nilai-nilai budaya kita. Selain itu, mereka juga bisa tergoda untuk membelanjakan uang secara berlebihan atau merasa kurang percaya diri jika membandingkan diri dengan orang lain”.<sup>103</sup>

Keterangan orangtua remaja di atas, jelas menggambarkan bahwa penggunaan media IG dikalangan remaja yang ada di Aceh Tengah telah

---

<sup>101</sup> Wawancara dengan informan Ulfa Zahara di kampung mendale pada 14 november 2024

<sup>102</sup> Wawancara bersama ibu anna, ibu dari informan rita simahate pada 29 november 2024 di kampung mendale

<sup>103</sup> Wawancara dengan ibu Ernita ibu dari informan Ulfa Zahara pada 14 November 2024

memberikan dampak positif dan negatif pada anak, termasuk dalam hal pakaian yang digunakan saat bergaul di masyarakat. Dimana sebagian anak yang membeli pakaian di media online mengutamakan pakaian atau busana yang muslimah sehingga sangat baik digunakan di masyarakat, namun ada juga yang membeli pakaian di media online yang tidak sesuai tuntunan agama seperti celanan dan baju ketat yang saat digunakan di masyarakat mendapatkan pandangan negatif.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan analisis temuan penelitian di atas remaja putri di Aceh Tengah diketahui bahwa tata cara berpakaian dalam pergaulan yang dipakai sebagian sudah sesuai dan sebagian tidak sesuai dengan aturan syari'at Islam, padahal di Aceh Tengah remaja diwajibkan mengikuti pengajian di rumah-rumah ustadz terdekat. Namun meskipun demikian tidak menyebabkan remaja mematuhi aturan berpakaian secara Islami. Selain itu, pihak keluarga juga tidak menekan dalam hal berpakaian dan memberikan kebebasan terhadap anak dalam memilih gaya ataupun model pakaian sendiri jika memang nyaman saat dipakai.

Mulyani menyatakan media massa banyak menyajikan berita atau tayangan-tayangan yang menghibur masyarakat khususnya remaja dimana sekarang ini banyak sekali program yang di khususkan untuk remaja misalnya media cetak maupun media elektronik banyak yang menampilkan berita mengenai perkembangan mode atau model-model pakaian yang sedang trend pada saat ini dan inilah yang memberikan pengaruh pada masyarakat khususnya remaja untuk mengikuti trend busana yang mereka lihat di media massa baik media elektronik maupun media cetak.<sup>104</sup>

Padahal tidak semua model pakaian yang mereka lihat dan mereka ikuti cocok dan sesuai dengan norma dan etika berbusana yang baik. Selain media telekomunikasi, lingkungan sekitar juga sangat mempengaruhi dalam hal berbusana, meskipun diterapkan untuk berbusana muslimah namun pergaulan luar serta pengaruh teman juga dapat menyebabkan seseorang kehilangan etika dalam

---

<sup>104</sup> Mulyani, *Pengaruh Media Massa Terhadap Etika Berbusana pada Remaja Putri di Desa Mranggen Kabupaten Demak*. (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2016), h. 34.

berbusana. Sumber ide pakaian remaja di Aceh Tengah berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa pakaian remaja menggunakan blus, kemeja, dan kaos yang dipadukan dengan celana jeans, karena model pakaian yang dipakai tergolong sederhana, sehingga bisa dipakai kapan saja. Dalam berbusana, banyak remaja yang tidak mementingkan etika berbusana.

Etika pakaian merupakan kesopanan dalam berbusana yang menjadi simbol wanita muslimah yang memiliki aturan dalam berbusana. Hal ini sesuai dengan pendapat Mulyani mengungkapkan “setiap manusia yang bermasyarakat dalam bertindak dan berperilaku akan diatur oleh norma-norma dan etika yang ada di masyarakat, salah satunya yaitu bagaimana seseorang berbusana yang baik dan sopan. Setiap orang akan dikatakan sebagai orang yang beretika dan tahu tentang etika apabila orang tersebut berperilaku sesuai dengan norma-norma dan etika yang berlaku”.<sup>105</sup>

Remaja berpendapat tentang penggunaan media sosial dan internet seperti Instagram sebagai sumber ide dalam berbusana. Media sosial dan belanja online sangat membantu dalam pemilihan model dan gaya busana tertentu serta dapat menghemat waktu dalam berbelanja. Layaknya kebanyakan manusia yang selalu ingin tampil cantik didepan semua orang, remaja juga mengimbangi gaya berbusana teman sekitarnya agar tetap terlihat setara dan percaya diri ketika bergaul.

Hasil analisis yang peneliti dapat bahwa gambaran penggunaan instagram dikalangan remaja kebanyakan dimulai dari tahun 2020 – 2022 dengan menjadikan IG tersebut sebagai hiburan dan pencarian informasi yang sedang tren termasuk postingan-postingan terkait *fashion*. Penggunaan media IG dikalangan remaja yang ada di Aceh Tengah ini ada melibatkan peran orangtua sebagai pengontrol namun ada juga tidak mendapatkan peran orangtuanya.

Dampak penggunaan media sosial instagram terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat Aceh Tengah. Artinya pakaian yang mereka lihat di IG banyak diupayakan untuk dapat dimiliki sekalipun pembeliannya

---

<sup>105</sup> Mulyani, *Pengaruh Media Massa Terhadap Etika Berbusana pada Remaja Putri di Desa Mranggen Kabupaten Demak*. (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2016), h. 34.

melalui online shoope dan lainnya guna dapat digunakan dalam kehidupan masyarakat sebagai bagian tren pakaian yang berkembang selama ini agar menarik perhatian masyarakat saat bergaul. Hal ini didukung oleh penelitian Maulina yang menunjukkan bahwa remaja putri lebih mengutamakan kenyamanan dalam berbusana daripada etika berbusana dan mengabaikan tingkat kesopanan dalam memakai suatu busana, sekalipun remaja putri menyadari bahwa gaya mereka dalam berbusana melanggar syari'at Islam. Sumber ide remaja putri dalam berbusana yaitu situs belanja online dan media sosial. Sebaiknya remaja putri dalam berbusana lebih mementingkan syari'at Islam, bukan hanya melihat suatu model busana dari lingkungan, dan media telekomunikasi.<sup>106</sup>

---

<sup>106</sup> Yuli Muliana, Anizar Ahmad & Fitriana, Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* Volume: 4 NOMOR : 2 (2019), hal : 50-61

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial instgram dikalangan remaja yang ada di Kabupaten Aceh Tengah tepatnya di Desa Merah Masra dan Desa Mendale lebih cenderung untuk media hiburan dan pencarian informasi yang sedang tren termasuk postingan-postingan terkait pakaian. Penggunaan media IG dikalangan remaja yang ada di Aceh Tengah ini ada melibatkan peran orangtua sebagai pengontrol namun ada juga tidak mendapatkan peran orangtuanya.
2. Penggunaan media sosial instgram telah memberikan dampak terhadap pilihan pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat Aceh Tengah. Artinya pakaian yang mereka lihat di IG banyak diupayakan untuk dapat dimiliki sekalipun pembeliannya melalui online shoope dan lainnya guna dapat digunakan dalam kehidupan masyarakat sebagai bagian tren pakaian yang berkembang selama ini agar menarik perhatian masyarakat saat bergaul.

#### **B. Saran**

Agar kajian ini dapat terealisasikan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Kepada remaja, agar menggunakan media sosial sesuai dengan kebutuhan dan memanfaatkannya dengan mengambil nilai-nilai baik untuk direalisasikan di masyarakat termasuk dalam hal berpakaian.
2. Kepada orangtua, agar mengawasi anak-anaknya bermain media online agar tidak salah dalam memanfaatkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rani Usman, *Etnis Cina Perantauan di Aceh*, Jakarta: Yayasan Obor, 2009.
- Abu Mujaddidul Islam Mafa dan Lailatussa'adah, *Memahami Aurat Wanita*, Lampung: Lumbung Insani, 2011
- Ade Ismail, *Tentang Facebook*. Diakses <http://www.tips-fb.com/2009>, Tanggal 19 Agustus 2024.
- Amaliah, Ashari Ismail dan Firdaus W Suhaeb, Dampak Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup (Studi Pada Mahasiswa FIS-H UNM), *Jurnal Predestination* Vol 4 No 2. 2023.
- Amila Nafila Vidyana, Mileyanda Qurrota A'yun dan Zikri Fachrul Nurhadi, Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @Laakfb Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa, *Jurnal Komunikasi dan Media* Vol. 7 No. 2 (2023).
- Annisa Syifa Widianingtyas dan Dede Lilis Chaerowati, "Penggunaan Akun Instagram Menumbuhkan Minat Baca Karya Fiksi," *Jurnal Manajemen Komunikasi*, no. 2 2019.
- Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta: Media Kita, 2012.
- Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2018
- Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C, The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 12 No 4. 2017.
- Fahlepi Roma Doni, *Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*. IJSE Indonesian Journal on Software Engineering Vol 3 No 2. 2017.
- Faisal Sanafiah, *Format-Format Penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Ferlitasari, R. *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja*. 61. <http://repository.radenintan.ac.id/4221/1/SKRIPSI.pdf>. 2018.

- Fitri Nur Rohmah Dewi, *Konsep Diri pada Masa Remaja Akhir dalam Kematangan Karir Siswa*. Journal of Guidance and Counseling, Vol. 5 No. 1. 2021.
- Fitri, *Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak*. Tasikmalaya: Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya, 2017.
- Fuja Siti Fujiawati dan Reza Mauldy Raharja, “Pemanfaatan Media Sosial (*Instagram*) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran,” *Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni*, no. 1 2021.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2017.
- Hasan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Heri Purnomo, *Dilema Wanita di Era Modern*. Jakarta: Mustaqim, 2013.
- Hermawan Riyadi, *Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet*, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram>, diakses Pada Tanggal 19 Agustus 2024.
- Holilah, Ilah, *Pengaruh Media Terhadap Prilaku Masyarakat*. Banten: Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2016.
- Husaini A Majid Hasyim, *Terjemah Riayadhus Sholihin*. Surabaya: Islam, 2021.
- Ibrahim bin Fathi Abd Al- Muqtadir, *Wanita Berjilbab VS Wanita Bersolek*. Jakarta: Amzah, 2017.
- Indah Rahmawati, *Inspirasi Desain Busan Muslim*. Bekasi: Laskar Aksara, 2015.
- Julian Nur Afifur Rohman dan Jazimatul Husna, *Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015*, (Semarang: UNDIP, 2016).
- Kotler, P., & Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2017.
- Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage: Publications, 2017.
- Kuntowijoyo, *Raja Priyayi Dan Kawula*. Yogyakarta: Ombak, 2014.
- Lim, S. H., & Yazdanifard, R. *How Instagram Can Be Used as A Tool In Social Networking Marketing*. 2016.

- Mariana, *Metode Penelitian*. Semarang: Pustaka STIMART, 2023.
- M. Nasir, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Banda Aceh: Arraniry Press. 2017.
- M. Quraish Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*. Tangerang: Lentera Hati, 2012
- McQuail, *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika, 2016.
- Mohammad Irsyad, *Jilbab Terbukti Memperlambat Penuaan dan Kanker Kuli*, Yogyakarta: Mutiara Media, 2012.
- Moleong Laxy, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Edisi Kedua, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Mulyani, *Pengaruh Media Massa Terhadap Etika Berbusana pada Remaja Putri di Desa Mranggen Kabupaten Demak*. Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2016.
- Muliana dan Ahmad, Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* Volume: 4 Nomor : 2 (2019).
- Nasiha, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Iain Ponorogo Tahun 2016. *Jurnal Dialogia*, Vol 15 No (2), 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, Bandung” Simbiosis Rekatama Media. 2015.
- Nasution, Abdul Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Hafa Kreatif, 2023.
- Nikmatul Zuhro dan Triana Setiyarini, “Peran Digital Marketing Dalam Strategi Promosi Pada Kampung Pia Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan,” *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, no. 2. 2022.
- Nugroho, *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*. Jakarta: Gramedia, 2017.



- Nurul Adilla, Rifqa Amalia Zuhri, Syafira Elvina, Kartini, Implementasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Perpustakaan Perguruan Tinggi, *Sci-Tech Journal* Volume 2 Nomor 2 (2023).
- Nyaki Everlena Sauyai, Nolly Londa dan Edmon Royan Kalesaran, Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Yang Kuliah di Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado, *e-journal "Acta Diurna"* Volume VI. No. 2. 2017.
- Oktaviani, Pengaruh Akun Instagram @Pevpearce Terhadap Gaya Berbusana, Indonesian, *Journal of Cultural and Community Development* Vol 11. 2022.
- Pendit, *Perpustakaan Digital dari A Sampai Z*. Jakarta: Cita Karya Karsa Mandiri, 2018.
- Prijana, Erwina, W., & Winoto, Y. *Model Dan Teori Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Unpad Press, 2016.
- Rama K, *Kamus Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Agung, 2012.
- Roudlotul Choriyah, *Praktik Komodifikasi Hijab Oleh SZ Model Management Di Kota Surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga, 2019.
- Salmiati Salmiati, Yustia Ningsi, Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Karakter Peserta Didik di Kelas X SMA Negeri 3 Pare Pare. *JPPI Jurnal Pendidikan Islam Pendekatan Interdisipliner*, 3 (1). 2019.
- Sidiq, U, & Choiri, M. M, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya, 2019.
- Siyoto, S. & Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media*. Yogyakarta: Publishing. 2015.
- Sri Rejeki, Euis Komalawati dan Poppy Indriyanti, Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa, *Jurnal Lugas* Vol. 4 No.2. 2020.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sunanto, Halal Lifestyle di Indonesia, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 5 Nomor (2), 2018.
- Taufik Rahman, *Media Sosial Twitter*. Bandung: Jaya Pustaka, 2016.
- Tri Yulia Trisnawati, Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi, *Jurnal The Messenger*, 3.2. 2016.

Yafie, *Menggagas Fiqih Sosia*. Bandung: Mizan, 2014.

Yuliansyah dan Supriadi, Dampak Penggunaan Instagram Terhadap Etika Berbusana Pada Remaja Putri di Desa Jotang Kecamatan Empang Kabupaten Sumbawa Tahun 2022, *Jurnal Ilmu Sosial* Volume 1 No 1. 2022.

Yuli Muliana, Anizar Ahmad & Fitriana, Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* Volume: 4 NOMOR : 2. 2019.

Yanuba Nurmalinda dan Dian Purworini, Pengaruh Instagram Sebagai Media Pemberitaan Covid 19 Terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta), *Jurnal Common* Volume 6 Nomor 1. 2022.

## *Lampiran 1. Instrumen dan Hasil Wawancara*

### **A. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama** : Brigita niken engite  
**Umur** : 17 tahun  
**Pekerjaan/Jabatan** : pelajar  
**Alamat** : Kampung Merah Mesra kec. Bebesen kab. Aceh  
**Tengah**  
**Wawancara** : Kamis, 14 November 2024

### **B. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: Dari 2 tahun yang lalu sekitar umur 15 tahun 2022

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @ brigitanikenengite

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgram?

Jawaban: untuk mencari tahu dunia luar yang tidak ada di lingkungan sekitar saya contohnya teman teman saya yang ada di luar kota dan keluarga yang di luar kota dan juga artis dan selebgram yang saya tertarik atau ikuti

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: untuk hiburan

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: berbagi cerita tentang kehidupan saya atau mungkin sekedar memposting sedang berada di mana saya atau mungkin sedang Bersama siapa

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: untuk mencari pakaian bisanya saya lebih meilih pergi langsung ketokonya daripada lansung membelinya dari Instagram

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: kalau harga menurut saya tergantung brand atau kualitas pakaian yang di jual oleh akun yang menjual

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: kalau merek tenama bisannya bagus bahannya

9. Bagaimana sudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: melalui story penjual pakaian tersebut

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram? Apa saja jenisnya?

Jawaban: sangat jarang tapi ada beberapa kali jenisnya seperti jaket hoodie atau celana

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban: kedepannya mungkin jarang membeli melalui Instagram karena saya lebih suka langsung beli ke toko dan melihat barang secara langsung

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban:iya karna yang di beli nyaman untuk di pakai sehari hari

13. Apa yang menjadi alasan sudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: tertarik dengan model pakaian yang mereka jual dan juga tertarik dengan iklannya

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram di kehidupan sehari-hari?

Jawaban: saya sangat senang dan nyaman dalam memakainnya

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang sudara beli di instagram?

Jawaban: pandangannya baik baik saja

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: tidak berdampak sama sekali karna kepercayaan diri saya tidak muncul dari pakaian yang saya gunakan

### **C. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama** : Mira Febriani  
**Umur** : 16 tahun  
**Pekerjaan/Jabatan** : pelajar  
**Alamat** : Kampung Merah Mesra kab. Aceh Tengah  
**Wawancara** : Kamis, 14 November 2024

### **D. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: sejak 2020

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @mirafebriiiii

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: Untuk berkomunikasi dengan teman dan mencari inspirasi fashion.

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: Saya jadi lebih tahu tren fashion terbaru dan rekomendasi produk kecantikan

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: Biasanya untuk hiburan, mencari ide gaya berpakaian, dan melihat tips kecantikan.

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: Pernah mencari, tapi saya jarang membeli langsung di Instagram.

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Menurut saya, harga di Instagram sering lebih mahal dibandingkan platform lain seperti Shopee atau Tiktok Shop.

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Modelnya bagus, tapi saya merasa lebih nyaman membeli di marketplace lain karena lebih banyak promo.

9. Bagaimana saudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: Dari unggahan teman, iklan, atau rekomendasi influencer, tapi saya lebih sering cek ulang di marketplace lain.

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram? Apa saja jenisnya?

Jawaban: Saya belum pernah membeli pakaian di Instagram karena lebih memilih belanja di marketplace lain.

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban: Mungkin tidak, karena saya merasa platform lain lebih terpercaya dan mudah digunakan.

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Tidak, karena saya belum pernah membeli pakaian melalui Instagram.

13. Apa yang menjadi alasan saudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: Tidak ada, saya lebih suka belanja di marketplace karena lebih aman dan lengkap.

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram dikehidupan sehari-hari?

Jawaban: idak ada perasaan khusus karena saya lebih memilih pakaian dari marketplace lain.

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang sudara beli di instagram?

Jawaban: Saya belum tahu, tapi teman saya juga lebih sering membeli di marketplace seperti Shopee.

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: Tidak ada pengaruh karena saya tidak membeli dari Instagram.

#### **E. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama** : **Ulfa Zahara**  
**Umur** : **16 tahun**  
**Pekerjaan/Jabatan** : **pelajar**  
**Alamat** : **Kampung Mendale kab. Aceh Tengah**  
**Wawancara** : **Kamis 14 November 2024**

#### **F. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: Aku mulai pake Instagram dua tahun lalu, waktu itu masih kelas 2 SMP, jadi sekitar tahun 2022.

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @ulfzharaa.\_

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: Instagram aku pake buat cari inspirasi baju sama gaya, terus sekalian hiburan juga kadang di pake buat lihat lihat aja

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: Yang jelas banyak inspirasi gaya, apalagi kalau lagi bingung mau pake baju apa. Aku juga sering liat reels lucu-lucu biar ngilangin bosan.

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: Paling sering buat liat konten fashion, nonton reels, dan nge-stalk teman atau akun-akun yang menarik.

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: Iya, sering. Aku suka liat inspirasi baju yang cocok buat cewek berhijab. Tapi cuma jadi referensi aja, gak pernah beli langsung dari situ.

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Menurut aku, harga di Instagram agak mahal. Kalau beli di Shopee atau marketplace lain, biasanya lebih murah.

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Model baju-bajunya keren, trendy banget. Cuma merek-mereknya kadang terasa lebih ke orang yang penghasilan tinggi.

9. Bagaimana sudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: Aku biasanya liat dari akun influencer atau akun toko yang direkomendasikan teman-teman. Kadang liat dari explore juga.

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram?

Apa saja jenisnya?

Jawaban: Aku gak pernah beli langsung di Instagram, soalnya aku lebih percaya beli di e-commerce yang ada rating dan review-nya.

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?



Jawaban: Kayaknya enggak, karena aku lebih nyaman beli di tempat lain yang lebih gampang transaksinya.

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Enggak, soalnya aku gak pernah beli. Tapi referensinya tetep aku pake buat nentuin gaya aku

13. Apa yang menjadi alasan saudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: Aku gak beli di Instagram karena takut gak sesuai ekspektasi, apalagi kalau gak ada review yang jelas.

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram di kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Aku gak punya pengalaman soal itu, tapi kalau dari inspirasi Instagram, aku ngerasa cukup puas dengan gaya yang aku pilih.

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang saudara beli di instagram?

Jawaban: Karena aku gak beli, jadi gak ada komentar langsung. Tapi kalau dari gaya aku yang terinspirasi Instagram, teman-teman suka bilang “gaya kamu bagus.”

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: Walaupun aku gak beli dari Instagram, inspirasi dari sana bikin aku lebih pede dengan penampilan aku sehari-hari.

#### **A. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama : Aura Aurelia**

**Umur : 17 tahun**

**Pekerjaan/Jabatan : pelajar**

**Alamat : Kampung Merah Mersa Kec. Lut Tawar Kab. Aceh  
Tengah**

**Wawancara : Rabu, 20 November 2024**

#### **B. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: Aku mulai pake Instagram sejak kelas 2 SMP, jadi sekitar tiga tahun lalu

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @auraureliaaa.\_\_\_

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: Aku pake Instagram buat hiburan, liat konten fashion, dan kadang cari inspirasi gaya.

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: instagram bikin aku lebih tau tren baru, terutama soal fashion dan gaya hidup. Selain itu, aku juga jadi lebih gampang update informasi.

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: Aku biasanya pake buat liat inspirasi outfit, nonton reels lucu, dan kadang nge-follow akun influencer fashion.

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: Pernah, aku suka cari referensi gaya baju buat acara tertentu atau sehari-hari.

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Menurut aku, harga di Instagram itu kadang mahal, tapi ada juga yang sesuai kalau cari diskon atau promo

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Modelnya bagus-bagus dan banyak yang lagi tren. Tapi kadang aku pikir gak semuanya cocok sama aku

9. Bagaimana sudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: Aku liat dari akun influencer atau explore feed, biasanya yang sering muncul di beranda aku.

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram?

Apa saja jenisnya?

Jawaban: Aku baru pernah sekali beli baju di Instagram, waktu itu beli blouse buat acara keluarga.

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban: Mungkin aja, tapi aku lebih sering cuma buat cari referensi aja. Kalau beli, aku lebih suka ke marketplace lain.

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Iya, aku pake blouse yang aku beli itu buat acara santai atau semi-formal.

13. Apa yang menjadi alasan sudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: Aku beli karena waktu itu modelnya unik dan gak ada di toko online lain.

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram dikehidupan sehari-hari?

Jawaban: Aku merasa senang karena baju itu sesuai ekspektasi dan banyak yang bilang bagus.

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang saudara beli di instagram?

Jawaban: Teman-teman aku bilang bajunya keren dan cocok sama aku.

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: Pakai baju yang aku suka dan sesuai tren bikin aku lebih percaya diri, terutama kalau ada acara sama teman-teman.

#### **A. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama : Muhammad Fikram**

**Umur : 18 tahun**

**Pekerjaan/Jabatan : pelajar**

**Alamat : Kampung Merah Mersa Kec. Lut Tawar Kab. Aceh Tengah**

**Wawancara : Rabu, 20 November 2024**

#### **B. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: dari kelas 6 SD sekitar tahun 2019

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @muhammadfkrm.\_\_\_\_

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: untuk mengetahui informasi informasi

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: manfaatnya untuk lebih tau kabar kabar yang ada di takengon

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: mencari informasi dan berkomunikasi dengan teman .

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: Pernah

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: harganya terjangkau

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: barangnya sangat bagus dan modelnya menarik

9. Bagaimana sudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: di lihat dari story teman atau akun yang di ikuti

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram? Apa saja jenisnya?

Jawaban: 4, seperti baju sepatu celana dan tas

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban:iya

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Iya,.

13. Apa yang menjadi alasan saudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: agar lebih menarik .

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram dikehidupan sehari-hari?

Jawaban: senang lebih gembira memakai baju baru

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang saudara beli di instagram?

Jawaban: sangat menarik dan lebih bagus di gunakan di keseharian

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: kurang bagus jika di pakai setiap hari jadi pakaiannya biasanya digunakan untuk acara atau nongkrong sama teman aja.

#### **A. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama : widia pradita**

**Umur : 18 tahun**

**Pekerjaan/Jabatan : pelajar**

**Alamat : Kampung Merah Mersa Kec. Lut Tawar Kab. Aceh**

**Tengah**

**Wawancara : Rabu, 20 November 2024**

#### **B. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: kelas 2 SMP sekitar 5 tahun yang lalu

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @widiapraditaa

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: untuk membagikan kegiatan saya di sosial media

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: manfaatnya banyak saya dapat lebih banyak tau tentang informasi di luar sana hanya dengan ponsel saya

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: bisanya di pake untuk lihat makanan resep makanan kadang juga lihat lihat baju atau sepatu gitu.

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: Pernah, tapi sangat jarang

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: harganya lumayan mahal dan juga agak sulit cara pesannya karna harus masuk ke link yang di tunjukan di akun yang akan saya belanja dan itu cukup ribet karna itu saya jarang dan memilih beli di tiktok atau shoppe.

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: barangnya bagus bagus dan juga lebih jelas rivewnya kalo ada selegram yang endores gitu

9. Bagaimana saudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: biasanya influencer seperti tasya farasya terus banyak lainnya

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram? Apa saja jenisnya?

Jawaban: mungkin 2 kali, waktu itu pernah beli baju lebaran dan juga sepatu buat sekolah

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban: mungkin

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: biasanya hanya untuk acara keluarga atau untuk main sama kawan aja

13. Apa yang menjadi alasan saudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: tertarik dengan iklan dan kebetulan pingin beli aja

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram di kehidupan sehari-hari?

Jawaban: perasaanya bisa aja

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang saudara beli di instagram?

Jawaban: tanggapannya baik dan saya tidak terlalu memikirkan tanggapan orang

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: saya percaya diri dengan apa yang saya gunakan



#### **A. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama : Yuris**

**Umur : 17 tahun**

**Pekerjaan/Jabatan : pelajar**

**Alamat : Kampung Merah Mersa Kec. Lut Tawar Kab. Aceh  
Tengah**

**Wawancara : Rabu, 20 November 2024**

#### **B. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: sekitar 6 tahun yang lalu

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @yuriiiissss\_

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: untuk memposting foto dan juga membagikan cerita kepada pengikut saya

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: manfaatnya hanya sebagai hiburan dan juga kesenangan saya dalam mengekspresikan diri

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: biasanya saya nonton reels terus juga posting foto buat video di story ig saya buat mengeskpresikan diri

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: Pernah

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: saya lebih mencari pakaian yang cocok di kantong karna saya belinya menyisihkan uang saku dari orang tua.

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: barangnya bagus

9. Bagaimana sudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: dari teman teman dan juga kakak saya

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram? Apa saja jenisnya?

Jawaban: kurang ingat patinya tapi hampr 5 kali mungkin, jenisnuya baju, celana jins, sepatu tas, jilbab

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban: iya

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: ada yang saya pakai sehari hari ada juga yang saya pakai hanya di acara tertentu

13. Apa yang menjadi alasan sudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: bisanya saya membelinya karna melihat teman saya bagus memakainnya dan juga saya ingin mencobannya

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram di kehidupan sehari-hari?

Jawaban: perasaan senang ketika menggunakan pakaian baru

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang saudara beli di instagram?

Jawaban: tanggapannya beragam ada yang melihanya bagus tapi sering juga saya di tegur karna berpakaian terlalu pendek bajunya dan sebagainya

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: sebenarnya saya sangat percaya diri dengan pilihan saya tapi tak jarang juga karna mungkin gak cocok di badan saya jadi kurang pede karena ternyata apa yang di pakai orang bagus belum tentu bagus juga di badan kita.

#### **A. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama : laraina areta**

**Umur : 14 tahun**

**Pekerjaan/Jabatan : pelajar**

**Alamat : Kampung Mendale Kec. Kebayakan Kab. Aceh Tengah**

**Wawancara : Jumat, 29 November 2024**

#### **B. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: satu tahun yang lalu 2023

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @chopurena.\_\_

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: untuk lihat lihat video sama posting story

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: manfaatnya terhibur

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: buat story instagram terus juga dm dm an sama kawan

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: pernah mau pasangin baju dan celana bingung lihat postingan kawan gitu untuk referensi

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: harganya mahal mahal juga cara pesannya pun gak ngerti

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: kurang tau mereknya tapi kalo modelnya bagus

\

9. Bagaimana saudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: gak pernah beli di instagram tapi bisanya ada di rekomendasikan sama kawan

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram? Apa saja jenisnya?

Jawaban: tidak pernah

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban: mungkin tidak karna di tiktok shop dan shoppe lebih gampang dan harganya juga murah

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: tidak karena saya tidak pernah membelinya melalui instagram

13. Apa yang menjadi alasan saudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: tidak ada alasan

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram di kehidupan sehari-hari?

Jawaban: tidak ada karna tidak pernah beli di instagram

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang saudara beli di instagram?

Jawaban: tidak ada tanggapan apapun

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: dalam pergaulan saya saya merasa pede aja menggunakan baju yang saya beli mau dari pasar atau pun online shop tapi belum pernah langsung membeli dari instagram paling Cuma lihat modelnya aja

#### **A. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama : Nayla Putri**

**Umur : 15 tahun**

**Pekerjaan/Jabatan : pelajar**

**Alamat : Kampung Mendale Kec. Kebayakan Kab. Aceh Tengah**

**Wawancara : jumat, 29 November 2024**

**B. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: dari 2021 umur 12 tahun

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @04naylaputri

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: Aku pake Instagram buat hiburan, cari inspirasi gaya, sama follow akun teman-teman.

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: Aku jadi tau tren baru, liat inspirasi outfit, dan kadang dapet tips-tips menarik.

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: Aku biasanya pake buat liat konten fashion, explore gaya baru, dan nonton reels lucu.

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: Pernah nyari referensi gaya aja, tapi nggak pernah beli lewat Instagram.

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Kayaknya lumayan mahal sih buat aku, makanya aku lebih suka belanja sama orang tua di pasar

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Modelnya keren-keren dan keliatan kekinian, tapi kadang nggak semua cocok sama aku.

9. Bagaimana sudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: Aku cuma liat-liat dari explore atau akun fashion yang aku follow.

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram?

Apa saja jenisnya?

Jawaban: Aku belum pernah beli pakaian lewat Instagram sama sekali.

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban: Nggak yakin, soalnya aku lebih nyaman beli di pasar sama orang tua.

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Karena nggak pernah beli, jadi aku nggak pernah pake baju dari Instagram.

13. Apa yang menjadi alasan saudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: Aku belum pernah beli, tapi kalo pun beli mungkin karena modelnya unik dan nggak ada di toko biasa.

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram di kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Nggak bisa jawab karena aku belum pernah beli.

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang saudara beli di instagram?

Jawaban: Teman-teman aku sih biasa aja kalau soal baju, yang penting nyaman dan sopan.

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: Aku nggak beli di Instagram, tapi pake baju yang aku suka dari pasar juga bikin aku percaya diri kok.

#### **A. IDENTITAS INFORMAN**

**Nama : Rita Simahate**

**Umur : 18 tahun**

**Pekerjaan/Jabatan : pelajar**

**Alamat : Kampung Mendale Kec. Kebayakan Kab. Aceh Tengah**

**Wawancara : Jumat, 29 November 2024**

**B. PERTANYAAN UNTUK REMAJA**

1. Sejak kapan saudara/i menggunakan media sosial instagram?

Jawaban: 4 tahun yang lalu

2. Apa nama instagram nama saudara/i?

Jawaban: @ritasimahate\_

3. Apa tujuan saudara/i menggunakan instgaram?

Jawaban: Saya pakai Instagram untuk hiburan, cari inspirasi gaya berpakaian, dan komunikasi sama teman-teman.

4. Apa manfaat penggunaan instagram bagi saudara/i?

Jawaban: Banyak manfaatnya, seperti dapat referensi outfit, tahu tren terbaru, dan bisa lihat rekomendasi produk.

5. Untuk kepentingan apa saja saudara/i menggunakan instagram selama ini?

Jawaban: Selain untuk hiburan, saya sering gunakan Instagram buat cari inspirasi gaya, lihat review produk, dan kadang belajar hal baru dari konten edukasi

6. Apakah saudara/i pernah menggunakan instagram untuk mencari pakaian yang hendak saudara pakai?

Jawaban: Iya, saya sering cari inspirasi model baju di Instagram, terutama dari akun fashion.

7. Dilihat dari segi harga pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Ada yang sesuai sama kantong saya, tapi banyak juga yang terasa mahal. Biasanya saya diskusi dulu sama orang tua sebelum beli.

8. Dilihat dari segi merek dan model pakaian di instagram apa tanggapan saudara?

Jawaban: Modelnya menarik dan up-to-date, tapi kadang orang tua saya memilhkan mana yang cocok dan sesuai dengan nilai keluarga kami.

9. Bagaimana sudara memperoleh informasi tentang pakaian yang hendak saudara beli di media instagram?

Jawaban: Saya biasanya cari lewat fitur explore, lihat review dari influencer, atau langsung di akun toko.

10. Sudah berapa banyak saudara membeli pakaian melalui media instagram?  
Apa saja jenisnya?

Jawaban: Mungkin sudah 3-4 kali, seperti gamis , blouse, dan satu dress. Semua dibeli setelah disetujui oleh orang tua.

11. Kedepannya apakah saudara tetap ingin membeli pakaian melalui media instagram?

Jawaban: Mungkin iya, tapi tetap harus diskusi dulu sama orang tua, terutama soal harga dan modelnya.

12. Apakah saudara menggunakan pakaian yang dibeli melalui instagram di dalam kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Iya, biasanya saya pakai untuk acara tertentu, tapi tetap orang tua saya arahkan mana yang cocok.

13. Apa yang menjadi alasan saudara membeli pakaian melalui instagram?

Jawaban: Karena modelnya sering unik, dan kadang sulit ditemukan di toko biasa.

14. Bagaimana perasaan saudara saat mengenakan pakaian yang dibeli melalui instagram di kehidupan sehari-hari?

Jawaban: Senang karena bisa mengikuti tren, tapi tetap saya merasa nyaman karena orang tua memastikan semuanya sopan.

15. Bagaimana pandangan masyarakat atau teman-teman saudara/i terhadap pakaian yang saudara beli di instagram?

Jawaban: Teman-teman biasanya memuji gaya saya, tapi saya sendiri lebih peduli dengan pendapat orang tua.

16. Bagaimana dampak menggunakan pakaian yang dibeli di instagram terhadap kepercayaan diri dalam pergaulan sehari-hari?

Jawaban: Saya merasa lebih percaya diri, karena pakaian yang saya pakai sesuai tren tapi tetap sopan dan nyaman. bagus belum tentu bagus juga di badan kita.



## **PERTANYAAN UNTUK ORANGTUA REMAJA**

**Nama : Ibu Anna**

**Umur : 43 tahun**

**Alamat : Kampung Mendale Kec. Kebayakan Kab. Aceh Tengah**

**Wawancara : Jumat, 29 November 2024**

**Ibu dari narasumber rita simahate**

1. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terhadap penggunaan Instagram dikalangan remaja saat ini?

Jawaban: sebenarnya tanggapannya tu ada plus minus ya plusnya itu tergantung yang di ikuti apa kontennya kemudian minusnya kalau mereka salah melihat contoh2 yang ada di intagram tergantung pengawasan orang tua terhadap anak menggunakan sosial media ya itu intagram

2. Apa manfaat penggunaan Instagram bagi anak-anak bapak/ibu?

Jawaban: kalau bagi anak saya karena mungkin pertemannya dan kemudian apa yang dia lihat sangat saya kontrol jadi di situ dia bisa belajar tentang agama kemudian mengikuti akun akun yang memang saya juga mengikutinya jadi saya tidak membiarkan anak saya mengikuti akun yang tidak bermanfaat tergantung kontrolnya kalau saya sangat mengontrol anak saya

3. Apakah bapak/ibu mengetahui selama ini anak membeli pakaian melalui media Instagram?

Jawaban: iya, karna dia keseringan konsultasinya ke saya kalau mau membeli sesuatu di Instagram dan biasanya pun atas persetujuan saya

4. Bagaimana menurut pandangan bapak/ibu terhadap pakaian yang dibeli melalui Instagram tersebut?

Jawaban: sejauh ini bagus bagus ya kualitasnya juga bagus walaupun memang ada saya mendengar kabar belanja di Instagram itu hati hati banyak penipuan barangnya tidak di kirim lebih terjamin di market plaze yang laian. nah itu tergantung kitanya lagi memilih tokonya alhamdulillahnya kami memilih toko toko yang memang brandnya dan kualitasnya sudah terjamin dan sejauh ini saya lihat prodaknya bagus bagus

5. Bagaimana pandangan bapak/ibu terhadap penampilan anak menggunakan pakaian yang dibeli melalui Instagram di kehidupan masyarakat?

Jawaban: kalau secara umum di kehidupan masyarakat kembali seperti yang saya bilang tadi ada plus minusnya kalau misalnya dia mengikuti cara berpakaian artis artis korea ya mungkin cara berpakaianya mengarah kesitu mereka melihat itu keren dan ingin menjadi seperti itu tapi kalau misalnya yang dia lihat pakaian muslimah dan dia tau bagaimana harusnya muslimah berpakaian dari informasi yang di dapat di Instagram pasti dia akan mengikut cara berpakaian yang seperti itu

6. Dari mana uang yang digunakan anak bapak/ibu untuk membeli di media Instagram?

Jawaban: e jauh ini masih dari saya ya karna anak saya itu saya fokuskan masih belajar walau sudah mecoba untuk jadi di Instagram ini kan banayak juga yang menjual jual jadi dia juga ingin jualan juga di Instagram yang seperti itu juga saya masih mendampingi dan sepertinya kalau memenuhi kebutuhan dia membeli pakaian masih dari orang tua

7. Apa dampak baik dari penggunaan media Instagram bagi remaja di Aceh Tengah?

Jawaban: kalau di aceh tengah secara keseluruhannya lebih kepada banyak anak anak remaja sekarang punya kemauan untuk berbisnis kemudian menjadi konten kreator tinggal kita arahkan yang berbisnis juga kita llihat bisnisnya keren keren bahkan baik itu bisnis apa saja mau makanan pakaian makanannya juga sangat berpariasi kemudian anak anak remaja akhirnya belajar bagai mana cara mempromosikan prodaknya dengan Instagram mereka harus mengunggahnya dengan video menarik dan sebagainya. akhirnya bukan terntang instagramnya tapi ilmu komlit yang harus mereka pelajari bagai mana konten mereka tu menarik jadi membuka wawasan akhirnya remaja remaja aceh tengah punya keinginan untuk berbisnis jadi konten kreator dan sebagainya

8. Apa dampak buruk dari penggunaan media Instagram bagi remaja di Aceh Tengah?

Jawaban: kalau dampak buruknya itu karna sangat bebas bahkan kalau tanpa pengawasan itu sangat buruk sekali karna di situ semua ada semua tersedia kalau kita tidak kontrol dalam tingkat pakaian saja anak anak bisa salah mengambil contoh kemudia tingkat pergaulan dan lain sebagainya mau

berkenalan dengan siapa saja bisa di situ tapi itu semua bisa di minimalisir dengan peran orang tua dalam pengawasan

**Nama : Ernita**

**Umur : 49 tahun**

**Alamat : Kampung Mendale Kec. Kebayakan Kab. Aceh Tengah**

**Wawancara : Kamis, 14 November 2024**

**Ibu dari narasumber Ulfa Zahara**

1. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terhadap penggunaan Instagram dikalangan remaja saat ini?

Jawaban: Saya melihat Instagram sudah seperti kebutuhan untuk anak-anak sekarang. Mereka sering gunakan untuk hiburan, berkomunikasi, dan mencari informasi. Tapi kadang saya khawatir karena terlalu sering memakainya bisa mengganggu waktu belajar dan ibadah.

2. Apa manfaat penggunaan Instagram bagi anak-anak bapak/ibu?

Jawaban: Menurut saya, ada manfaatnya, seperti anak jadi tahu tren terbaru, dapat ide untuk pelajaran seni atau kegiatan sekolah, dan bisa bersosialisasi dengan teman-temannya.

3. Apakah bapak/ibu mengetahui selama ini anak membeli pakaian melalui media Instagram?

Jawaban: Setahu saya, Ulfa tidak pernah membeli pakaian melalui Instagram. Biasanya dia hanya melihat-lihat saja untuk cari inspirasi. Kalau soal beli, kami lebih sering belanja bersama ke pasar atau toko

4. Bagaimana menurut pandangan bapak/ibu terhadap pakaian yang dibeli melalui Instagram tersebut?

Jawaban: Kalau pakaian yang dibeli sesuai dan sopan, tidak masalah bagi saya. Tapi kalau modelnya kurang sesuai dengan budaya atau nilai keluarga, tentu saya kurang setuju.

5. Bagaimana pandangan bapak/ibu terhadap penampilan anak menggunakan pakaian yang dibeli melalui Instagram di kehidupan masyarakat?

Jawaban: Saya rasa, penampilan anak harus tetap sesuai norma dan budaya. Saya selalu menekankan agar Ulfa berpakaian rapi dan sopan, meskipun tren dari Instagram terlihat menarik.

6. Dari mana uang yang digunakan anak bapak/ibu untuk membeli di media Instagram?

Jawaban: Karena Ulfa tidak pernah beli lewat Instagram, jadi uangnya tidak terpakai untuk itu. Kalau belanja pakaian, kami yang membelikan sesuai kebutuhan dia.

7. Apa dampak baik dari penggunaan media Instagram bagi remaja di Aceh Tengah?

Jawaban: Dampak baiknya, Instagram bisa jadi sumber inspirasi dan kreativitas. Anak-anak juga bisa belajar banyak hal baru dari konten edukasi atau melihat usaha orang lain di sana.

8. Apa dampak buruk dari penggunaan media Instagram bagi remaja di Aceh Tengah?

Jawaban: Dampak buruknya, anak-anak bisa terlalu fokus pada tren atau gaya hidup di Instagram yang belum tentu sesuai dengan nilai-nilai budaya kita. Selain itu, mereka juga bisa tergoda untuk membelanjakan uang secara berlebihan atau merasa kurang percaya diri jika membandingkan diri dengan orang lain.

**Nama : Ibu Ani**  
**Umur : 48 tahun**  
**Alamat : Kampung Merah Mersa Kec. Lut tawar Kab. Aceh Tengah**  
**Wawancara : Rabu, 20 November 2024**

#### **Ibu dari narasumber Aura Aurellia**

1. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terhadap penggunaan Instagram dikalangan remaja saat ini?

Jawaban: Saya sebenarnya kurang tahu banyak tentang Instagram. Yang saya tahu, sekarang anak-anak sering menghabiskan waktu di media sosial, tapi saya lebih sering lihat video di TikTok. Kalau soal Instagram, saya tidak terlalu paham apa yang mereka lakukan di sana.

2. Apa manfaat penggunaan Instagram bagi anak-anak bapak/ibu?

Jawaban: Kalau saya pikir, mungkin Instagram bisa membantu anak mencari informasi atau inspirasi, tapi saya kurang tahu detailnya karena saya sendiri jarang menggunakannya.

3. Apakah bapak/ibu mengetahui selama ini anak membeli pakaian melalui media Instagram?

Jawaban: Tidak, saya sama sekali tidak tahu. Biasanya saya cuma tahu kalau dia beli sesuatu dari TikTok Shop atau Shopee, karena itu yang sering saya dengar dan lihat

4. Bagaimana menurut pandangan bapak/ibu terhadap pakaian yang dibeli melalui Instagram tersebut?

Jawaban: Karena saya tidak tahu dia beli pakaian di Instagram, saya tidak bisa berkomentar banyak. Tapi kalau dia beli, saya harap tetap sesuai dengan norma dan nilai keluarga kami.

5. Bagaimana pandangan bapak/ibu terhadap penampilan anak menggunakan pakaian yang dibeli melalui Instagram di kehidupan masyarakat?

Jawaban: Penampilan anak harus sopan dan rapi, sesuai dengan budaya kita. Saya selalu mengingatkan agar dia berpakaian dengan baik, dari mana pun dia beli pakaiannya.

6. Dari mana uang yang digunakan anak bapak/ibu untuk membeli di media Instagram?

Jawaban: Sejauh yang saya tahu, anak saya tidak beli pakaian dari Instagram. Kalau dia butuh pakaian, biasanya saya yang belikan langsung di pasar atau toko.

7. Apa dampak baik dari penggunaan media Instagram bagi remaja di Aceh Tengah?

Jawaban: Dampak baiknya, mungkin mereka bisa belajar sesuatu yang bermanfaat atau melihat peluang usaha dari Instagram, tapi saya kurang tahu detailnya karena saya lebih sering lihat TikTok daripada Instagram.

8. Apa dampak buruk dari penggunaan media Instagram bagi remaja di Aceh Tengah?

Jawaban: Dampak buruknya, saya khawatir mereka jadi terlalu fokus pada media sosial, lupa belajar, atau terlalu sering membandingkan diri dengan orang lain. Itu bisa membuat mereka jadi kurang percaya diri atau malah konsumtif.

**Nama : Ibu Fitri**

**Umur : 38 tahun**

**Alamat : Kampung Mendale Kec. Kebayakan Kab. Aceh Tengah**

**Wawancara : Jumat, 29 November 2024**

**Ibu dari narasumber laraina areta**

1. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terhadap penggunaan Instagram dikalangan remaja saat ini?

Jawaban: Menurut saya Instagram itu ada bagusya, ada buruknya juga. Kalau anak-anak cuma pakai buat hiburan atau lihat info-info yang bermanfaat, ya ndak masalah. Tapi kalau terlalu sering main HP, apalagi sampe lupa belajar, itu yang saya kurang suka

2. Apa manfaat penggunaan Instagram bagi anak-anak bapak/ibu?

Jawaban: Manfaatnya mungkin mereka jadi tahu trend atau info-info terkini. Kadang saya lihat Laraina suka lihat tutorial masak atau fashion di Instagram, jadi ada juga manfaatnya buat dia

3. Apakah bapak/ibu mengetahui selama ini anak membeli pakaian melalui media Instagram?

Jawaban: Sejauh ini Laraina belum pernah beli pakaian lewat Instagram. Kalau beli apa-apa, biasanya saya yang bantu pilih, beli langsung di toko atau lewat aplikasi belanja yang sudah saya kenal

4. Bagaimana menurut pandangan bapak/ibu terhadap pakaian yang dibeli melalui Instagram tersebut?

Jawaban: Kalau saya lihatnmya, pakaian yang dijual di Instagram ada yang bagus-bagus. Tapi saya lebih percaya beli di toko atau tempat yang sudah biasa saya beli, jadi tahu kualitasnya

5. Bagaimana pandangan bapak/ibu terhadap penampilan anak menggunakan pakaian yang dibeli melalui Instagram di kehidupan masyarakat?

Jawaban: Selama pakaiannya sopan dan sesuai umur, saya ndak masalah. Saya cuma pesan ke Laraina jangan ikut-ikutan pakaian nyang ndak cocok dengan adat atau lingkungan kita tapi mau juga dia pakai baju aneh aneh sering juga saya tegur tapi gitu lah anak remaja Namanya pun.

6. Dari mana uang yang digunakan anak bapak/ibu untuk membeli di media Instagram?

Jawaban: Kalau beli apa-apa, ya saya yang kasih uang. Dia masih anak-anak, jadi belum bisa beli sendiri tanpa izin saya

7. Apa dampak baik dari penggunaan media Instagram bagi remaja di Aceh Tengah?

Jawaban: Dampaknya bisa bagus kalau mereka pakai buat belajar, lihat referensi, atau cari info nyang penting. Instagram juga bisa buat hiburan asalkan ndak berlebihan

8. Apa dampak buruk dari penggunaan media Instagram bagi remaja di Aceh Tengah?

Jawaban: Dampak buruknya kalau terlalu sering, anak-anak bisa jadi malas belajar. Apalagi kalau lihat konten nyang ndak sesuai umur, itu yang saya khawatir. Saya selalu ingatkan ke Laraina untuk tetap fokus belajar dan jangan gampang terpengaruh sama orang-orang di Instagram.

**Lampiran 2. Dokumentasi**

**Gambar 1. Suasana Saat Peneliti Melakukan Wawancara Informan**



**Gambar 1.1 Wawancara dengan MF**



**Gambar 1.2 wawancara dengan IBU Ernita**



**Gambar 1.3 wawancara dengan ibu Anna**



**Gambar 1.4 Wawancara dengan NP**



**Gambar 2. Suasana Saat Peneliti Melakukan Wawancara Informan**



**Gambar 2.1 wawancara dengan UZ**



**Gambar 2.2 wawancara dengan LA**



**Gambar 2.3 wawancara dengan MF**



**Gambar 2.4 gambar pakaian muslimah**

**Gambar 3. Pola Berpakaian Remaja**



**Gambar 3.1 Screenshot IG informan RS**



**Gambar 3.2 Screenshot IG informan Y**



**Gambar 3.3 screenshot pengguna IG**

### Lampiran 3. SK Pembimbing Skripsi

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.622/Un.08/FDK/KP.00.4/07/2024  
Tentang  
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional,  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen,  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi,  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional,  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen,  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi,  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil,  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh,  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry,  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2024, Tanggal 24 November 2023

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
Pertama : Menunjuk Sdr.: 1) Dr. A. Rani, M. Si ..... PEMBIMBING UTAMA (Subtansi Penelitian)  
2) Dr. Salman Yoga, MA ..... PEMBIMBING KEDUA (Teknik Penulisan)

Untuk membimbing KRU Skripsi:

Nama : Dwirani  
NIM/Jurusan : 190401005/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pilihan Pakaian Remaja Dalam Pergaulan Sehari-hari Masyarakat Aceh Tengah

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku,  
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN AR-Raniry Tahun 2024,  
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini  
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Dietapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 16/07/2024 M  
10 Muharram 1446


a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



Kusmawati Hatta

Tembusan:  
1. Rektor UIN Ar-Raniry  
2. Kabag. Kemangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry  
3. Pembimbing Skripsi  
4. Mahasiswa yang bersangkutan,  
5. Arsip  
Keterangan:  
SK berlaku sampai dengan tanggal 16/07/2025

**Lampiran 4. Surat Izin Penelitian dari FDK UIN Ar-Raniry**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp: 0651-7552921, 7551857 Fax: 0651 – 7552922  
Situs: [www.kepeg.ar-raniry.ac.id](http://www.kepeg.ar-raniry.ac.id) E-mail: [kepeg@ar-raniry.ac.id](mailto:kepeg@ar-raniry.ac.id)

---

Nomor: B.2294/Un.08/FDK.I/PP.00.9/11/2024 07 November 2024  
Lamp : -  
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*


Kepada  
Yth, 1. Masyarakat Desa MerahMersa Kec. Lut Tawar  
2. Masyarakat Desa Mendale Kec. Kebayakan  
3. Masyarakat Desa Mongal Kec. Bebesan


di-  
**Tempat**  
Assalamu'alaikum Wr.Wb.  
Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim :Dwirani / 190401005  
Semester/Jurusan : XI / KPI  
Alamat sekarang : Banda Aceh



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 *"Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pakaian Remaja dalam Pergaulan Sehari-hari Masyarakat Aceh Tengah"*

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

Wassalam  
an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan,  
  
Mahmuiddin



*Energi Kebangsaan. Sinergi Membangun Negeri*

**Lampiran 5. Surat Izin Penelitian Dari Desa**



**PEMERINTAH KABUPATEN ACEH TENGAH  
KECAMATAN LUT TAWAR  
KAMPUNG MERAH MERSA**

Jl. Sentosa Gg. Kantor Reje No. 1, Kampung Merah Mersa, Kecamatan Lut Tawar  
Email: pelayanan@merahmersa.id Kode Pos: 24519

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 140/132/MM/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Reje Merah Mersa Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah Provinsi Aceh menerangkan bahwa :

- |                 |                                      |
|-----------------|--------------------------------------|
| 1. Nama Lengkap | : DWIRANI                            |
| 2. NIM          | : 190401005                          |
| 3. Semester     | : XI                                 |
| 4. Jurusan      | : KPI ( KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM ) |
| 5. Alamat       | : Banda Aceh                         |

Bahwa yang tersebut namanya diatas, Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, telah melakukan penelitian ilmiah di Desa Merah Mersa Kecamatan Lut Tawar Kabupaten Aceh Tengah dengan judul " Pengaruh media sosial Instagram terhadap pakaian remaja dalam pergaulan sehari-hari masyarakat Aceh Tengah"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Merah Mersa, 04 Desember 2024

Reje Merah Mersa



**Ir. ISMAIL**



PEMERINTAH KABUPATEN ACEH TENGAH  
KECAMATAN KEBAYAKAN  
**KAMPUNG MENDALE**

Jln KKA Mendale Takengon –Bener Meriah

Kode Pos 24519

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 423.4 / 492 / 2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SYAIFULLAH**  
Jabatan : Reje Kampung Mendale  
Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah.

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **DWIRANI / 190401005**  
Semester/ Jurusan : XI / KPI  
Alamat : Banda Aceh

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melaksanakan Penelitian di Kampung Mendale Kecamatan Kebayakan Kabupaten Aceh Tengah, sebagai tugas untuk Penyusunan Skripsi dengan Judul “ *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pakaian Remaja dalam Pergaulan Sehari-hari Masyarakat Aceh Tengah* ”

Demikianlah Surat Keterangan Penelitian ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Dikeluarkan di : Mendale  
Pada Tanggal : 02 Desember 2024





**PEMERINTAH KABUPATEN ACEH TENGAH  
KECAMATAN BEBESEN  
KAMPUNG MONGAL**

Jln. Abd Rahman No. Telp..... Kode Pos : 24552

**SURAT KETERANGAN**

**Nomor : 145/162/V/SK/MGL/2024**

Reje Kampung Mongal Kecamatan Bebesen Kabupaten Aceh Tengah dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: DWIRANI
NIM	: 190401005
Semester	: XI
Jurusan	: KPI ( KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM)
Alamat	: Banda Aceh

Benar nama tersebut di atas Mahasiswi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, telah melakukan penelitian Ilmiah di Desa Mongal Kecamatan Bebesen Kabupaten Aceh Tengah dengan Judul " Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pakaian Remaja Dalam Pergaulan Sehari-hari Masyarakat Aceh Tengah "

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Kampung Mongal  
Pada Tanggal : 02 Desember 2024

Mengetahui:  
An.Reje Kampung Mongal



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

1. Nama Lengkap : DWIRANI
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Takengon/ 5 September 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan/ Suku : Indonesia/ Gayo
6. Status : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswa
8. NIM : 190401005
9. Alamat : Kp. Merah Mersa Kec. Lut Tawar Kab.  
Aceh Tengah
10. Nama Orang Tua
  - a. Ayah : IRWAN PURNAMA  
Pekerjaan : PNS
  - b. Ibu : SUKURNI  
Pekerjaan : IRT
11. Alamat : Kp. Merah Mersa Kec. Lut Tawar Kab.  
Aceh Tengah
12. Riwayat Pendidikan
  - a. Tahun : SD N 8 Lut Tawar 2007-2013
  - b. Tahun : MTsN 1 Takengon 2013-2016
  - c. Tahun : SMA N 8 Takengon 2016-2019

Penulis

DWIRAN