

**KONTEN *SPILL OUTFIT* TIKTOK SEBAGAI REFERENSI
GAYA BERBUSANA MAHASISWA
(Studi di FISIP UIN Walisongo Semarang)**

Skripsi

Disusun Guna Memenuhi Tugas Skripsi Sarjana (S-1)

Program Studi Sosiologi



Oleh:

Vira Adella

1906026169

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik UIN Walisongo
Semarang

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Di Tempat

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara/i:

Nama : Vira Adella
NIM : 1906026169
Jurusan : Sosiologi
Judul Skripsi : Konten *Spill Outfit* TikTok Sebagai Referensi Gaya Berbusana Mahasiswa (Studi di FISIP UIN Walisongo Semarang)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan pada seminar proposal. Demikian atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 4 Desember 2023

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Tata Tulis

Bidang Substansi Materi



Dr. H. Mochamad Parmudi, M.Si.,

NIP. 196904252000031001



Ririh Megah Safitri, M.A

NIP. 199209072019032018

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

KONTEN *SPILL OUTFIT* TIKTOK SEBAGAI REFERENSI GAYA BERBUSANA MAHASISWA (Studi di FISIP UIN Walisongo Semarang)

Disusun Oleh:
Vira Adella
1906026169

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 18 Desember 2023
dan dinyatakan LULUS.



Susunan Dewa Penguji

Sekretaris

Akhriyadi Sofian, M.A.
NIDN: 2022107903

Penguji

Ghufron Ajib, M.Ag.

NIP: 196603251992031001

Pembimbing I

Dr. Moch. Parmudi, M.Si
NIP. 196904252000031001

Pembimbing II

Ririh Megah Safitri, M.A.
NIP: 199209072019032018

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di UIN Walisongo Semarang maupun di perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 3 Desember 2023

Peneliti



Vira Adella

NIM. 1906026169

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Konten *Spill Outfit* TikTok Sebagai Referensi Gaya Berbusana Mahasiswa (Studi di FISIP UIN Walisongo Semarang)”. Sholawat dan salam peneliti panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa memberikan syafaat kepada seluruh umat-Nya. Semoga kita diberikan keberkahan menjadi salah satu umat-Nya yang mendapat syafaat-Nya. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai persyaratan untuk meraih gelar Sarjana pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa hasilnya masih jauh dari kesempurnaan dan masih memerlukan perbaikan karena keterbatasan dan kemampuan peneliti. Namun, dengan izin Allah SWT serta dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar Ali, M.Ag., selaku Plt. Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan dukungan kepada peneliti sepanjang perjalanan pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
3. Naili Ni[”]matul Illiyun, M.A., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang sekaligus wali dosen peneliti yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada peneliti sepanjang perjalanan pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
4. Akhriyadi Sofian, M.A. selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama proses menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.

5. Dr. H. Mochamad Parmudi, M.Si., selaku dosen pembimbing ke-1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ririh Megah Safitri, M.A, selaku dosen pembimbing ke-2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta bimbingan yang berarti kepada peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini.
8. Mahasiswa Sosiologi Hanifah Nurul Shifa, Siti Muaviva Ainul Alvia, Intan Berliana, Vita Meirza Pramesti Dewi, Very Andriawan, dan Adenta Saputra Aga Yudistira yang telah berkenan menjadi informan dan memberikan kontribusi dalam pengumpulan data penelitian skripsi.
9. Ibu Ety Rahmawati dan Bapak Nugroho Dwi Yogya selaku orang tua peneliti yang senantiasa memberikan doa, memberikan dukungan, dan menjadi penyemangat peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Ibu Fatmawati dan Bapak Sutiyono selaku nenek dan kakek peneliti yang senantiasa memberikan doa, memberikan dukungan, dan menjadi penyemangat peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Mitha Resti Hapsari, Salsa Azzahra, dan M. Ervando Rizki selaku saudara peneliti yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Lutfiyatul Azizah, Jamilatunnisa', dan Heny Febri Kurniawati sebagai teman seperjuangan peneliti selama kuliah yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman RT 6 yaitu Erlynna Febryanna, Siti Salma, Gitsha Bakti Septianingrum, Hetty Karunia Tunjungsari, Mellynia Mahardiyanti, Nur Rachmawati, dan Amalia Bella Apriani yang telah memberikan semangat bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman Sosiologi E 2019, teman seperjuangan yang telah memberikan semangat peneliti dalam melakukan penyusunan skripsi ini.

15. Member Monsta X yaitu Shownu, Minhyuk, Kihyun, Hyungwon, Jooheon, dan IM yang telah menjadi penyemangat virtual peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
16. Pihak-pihak lain yang turut serta dalam memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, karena keterbatasan peneliti tidak memungkinkan untuk menyebutkannya satu per satu.

Semoga kebaikan yang diberikan kepada peneliti menjadi berkah untuk kita semua dan mendapat balasan yang melimpah dari Allah SWT. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan tambahan pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca. Mengingat kemungkinan adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mengharapkan masukan dan saran dari pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 3 Desember 2023

Peneliti



Vira Adella

NIM. 1906026169

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan segala syukur Alhamdulillah, dengan kerja keras, kesabaran, dukungan, dan doa saya persembahkan sebuah karya ini untuk orang-orang yang sangat saya cintai dan saya sayangi, yaitu kepada:

1. Karya ini saya persembahkan kepada orang tua saya yaitu Ibu Ety Rahmawati dan Bapak Nugroho Dwi Yogya, yang telah mendidik, memberikan kasih sayang serta dukungan tanpa henti. Terima kasih atas doa dan pengorbanan kalian yang tak ternilai, yang telah memberikan semangat saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya akan memberikan yang terbaik dalam setiap kepercayaan yang diberikan dan berkomitmen untuk terus berkembang menjadi lebih baik dari sebelumnya.
2. Kepada Almamater tercinta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

"Setiap perjalanan akan ada ujian yang memiliki dua pilihan, terus berjalan dan berhasil atau berhenti dan gagal"

(B. J. Habibie)

ABSTRAK

Konten *spill outfit* merupakan konten yang banyak digemari dan menjadi referensi gaya berbusana mahasiswa yang tertarik dengan dunia *fashion*. Konten *spill outfit* dapat ditemukan di berbagai media sosial salah satunya TikTok. Dalam konten *spill outfit* TikTok, *influencer* akan mengenakan pakaian yang telah di *mix and match* menjadi *outfit* yang cantik, keren, dan *fashionable*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk, alasan memilih TikTok, dan dampak konten *spill outfit* terhadap gaya berbusana mahasiswa Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Lokasi penelitian di FISIP UIN Walisongo Semarang. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive* dengan jumlah informan yaitu enam orang. Sumber data dalam penelitian ini yakni data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara itu, data dalam penelitian ini dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratification* Jay G. Blumler dan Elihu Katz.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten *spill outfit* melibatkan memberikan inspirasi, tips, dan informasi seputar tren gaya berbusana, seperti konten *Outfit of the Day* (OOTD), *mix and match*, *review*, dan rekomendasi. Mahasiswa memilih TikTok sebagai media untuk mengakses konten *spill outfit* karena popularitas, aksesibilitas, fitur TikTok Shop, dan *influencer* yang aktif di TikTok. Dampak konten *spill outfit* TikTok terhadap gaya berbusana mahasiswa mencakup adopsi gaya yang lebih *trendy*, menciptakan gaya berbusana yang dinamis dan penuh kreativitas. Namun, dampak ini juga menyertakan peningkatan konsumtif dalam belanja pakaian dan konformitas gaya berbusana dengan tren dan norma kampus. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana konten *spill outfit* TikTok membentuk persepsi dan perilaku gaya berbusana dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Kata kunci: konten *spill outfit*, gaya berbusana, mahasiswa

ABSTRACT

Spill outfit content is a popular content and a reference for the fashion style of students who are interested in the fashion world. Spill outfit content can be found on various social media, one of which is TikTok. In TikTok's spill outfit content, influencers will wear clothes that have been mixed and matched into beautiful, cool, and fashionable outfits. The purpose of the study was to find out and describe the shape, reasons for choosing TikTok, and the impact of spill outfit content on the clothing style of Sociology students of FISIP UIN Walisongo Semarang.

This research uses qualitative methods with a descriptive approach. This type of research is field research. The research location is at FISIP UIN Walisongo Semarang. Determination of informants using purposive techniques with the number of informants is six people. Data sources in this study are primary and secondary data. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Meanwhile, the data in this study was analyzed by data reduction, data presentation and conclusions. The theory used to examine this research uses the Uses and Gratification Theory of Jay G. Blumler and Elihu Katz.

The results of this study show that spill outfit content involves providing inspiration, tips, and information around fashion style trends, such as Outfit of the Day (OOTD) content, mix and match, reviews, and recommendations. Students choose TikTok as a medium to access spill outfit content because of its popularity, accessibility, TikTok Shop features, and influencers who are active on TikTok. The impact of TikTok's spill outfit content on student fashion styles includes adopting trendier styles, creating dynamic and creative fashion styles. However, this impact also includes an increase in consumptive clothing shopping and the conformity of clothing styles with campus trends and norms. This research provides insight into how TikTok's spill outfit content shapes perceptions and behaviors of fashion styles in students' daily lives.

Keywords: spill outfit content, fashion style, students

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kajian Pustaka	5
F. Kerangka Teori	8
G. Metode Penelitian.....	18
H. Sistematika Penulisan	22
BAB II ADAB BERBUSANA PERSPEKTIF ISLAM DAN <i>TEORI USES AND GRATIFICATION</i> JAY G. BLUMLER DAN ELIHU KATZ.....	24
A. Adab Berbusana dalam Prespektif Islam	24
B. Teori <i>Uses and Gratification</i> Jay G. Blumler dan Elihu Katz.....	28
1. Konsep Dasar	28
2. Asumsi Dasar.....	30
3. Implementasi Teori <i>Uses and Gratification</i> dalam Konten <i>Spill Outfit</i>	32

BAB III PROFIL MAHASISWA SOSIOLOGI FISIP UIN WALISONGO SEMARANG	34
A. Tri Etika Kampus	34
1. Etika Diniyah.....	34
2. Etika Ilmiah.....	35
3. Etika Ukhuwah.....	35
B. Profil Program Studi Sosiologi	35
1. Visi.....	35
2. Misi.....	36
3. Akreditasi.....	36
4. Mata Kuliah.....	36
C. Profil Mahasiswa Sosiologi.....	37
1. Latar Belakang Mahasiswa.....	37
2. Profil Aktifitas.....	37
3. Interaksi Sosial.....	40
D. Profil Informan	42
E. Profil Akun Influencer TikTok Konten <i>Spill Outfit</i>.....	44
BAB IV KONTEN <i>SPILL OUTFIT</i> DAN LATAR BELAKANG MAHASISWA MEMILIH TIKTOK SEBAGAI REFERENSI GAYA BERBUSANA	47
A. Konten <i>Spill Outfit</i> Sebagai Referensi Gaya Berbusana.....	47
1. Jenis Konten <i>Spill Outfit</i>	47
2. Interaksi Mahasiswa dengan Konten <i>Spill Outfit</i>	58
B. Latar Belakang Mahasiswa Memilih TikTok Sebagai Referensi Gaya Berbusana	62
1. Fitur TikTok.....	62
2. Peran <i>Influencer</i> dalam Pemilihan TikTok Sebagai Referensi Gaya Berbusana Mahasiswa	70
BAB V DAMPAK KONTEN <i>SPILL OUTFIT</i> TIKTOK TERHADAP GAYA BERBUSANA MAHASISWA	76
A. Identitas Sebagai Mahasiswa “Trendy”	76
B. Perilaku Belanja Konsumtif Mahasiswa.....	81

C. Konformitas dalam Lingkungan Sosial	86
BAB VI PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konten OOTD Ngampus.....	49
Gambar 2. Gaya Berbusana <i>Vintage</i>	53
Gambar 3. Menyukai Konten <i>Spill Outfit</i>	59
Gambar 4. Komentar <i>Spill Outfit</i>	60
Gambar 5. Data Statistik Jumlah Unduhan TikTok Per April 2023	62
Gambar 6. Konten <i>Spill Putfit</i>	65
Gambar 7. <i>Mix and Match Long Shirt</i>	72
Gambar 8. Informasi Tinggi Badan dan Berat Badan <i>Influencer</i>	74
Gambar 9. <i>Outfit</i> Memakai <i>Obi Belt</i>	78
Gambar 10. <i>Outfit</i> Ngampus Memakai Rok Lilit.....	80
Gambar 11. Gaya Berbusana yang Selaras dengan Teman.....	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konten merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh para pengguna media sosial. Selain digunakan sebagai alat komunikasi, konten juga dimanfaatkan sebagai sarana informasi, hiburan, persuasi, interpretasi, dan transmisi budaya. Konten berupa gambar atau foto, audio, dan video. Konten yang disajikan di media sosial selalu beragam dan *update* sehingga pengguna tidak bosan dan tetap tertarik dengan media sosial yang digunakan (Pratama, 2020). Berbagai jenis konten kreatif yang disajikan, salah satunya adalah tren yang sedang populer saat ini yaitu konten *spill outfit* yang sering menjadi topik perbincangan. Konten ini mencakup video *review* atau *unboxing* produk, dimana para *influencer* memperlihatkan produk yang mereka gunakan, merinci spesifikasi harganya, serta mengulas kualitasnya.

Mahasiswa menggunakan konten *spill outfit* untuk referensi gaya berbusana mahasiswa sehari-hari. Hingga saat ini konten *spill outfit* ramai dan banyak diperbincangkan oleh mahasiswa. Sekarang konten *spill outfit* menjadi konten yang tidak dapat dihindari dari gaya hidup berbusana mahasiswa. Konten *spill outfit* dapat ditemukan di berbagai media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan Pinterest. Mahasiswa sangat terbantu dengan adanya konten *spill outfit* karena mahasiswa mendapatkan referensi dalam gaya berbusana dan dapat *mix and match* pakaian sesuai dengan selera mereka.

Populernya *fashion* di media sosial dengan konten yang bertemakan *spill outfit*, menarik perhatian mahasiswa karena berhubungan dengan pakaian yang sedang *trend* saat ini. Kehadiran konten *spill outfit* memberikan dampak positif dengan memberikan remaja referensi *outfit*, tetapi juga membawa dampak negatif dengan meningkatkan tingkat pemborosan pada remaja. (Safitri & Arviani, 2023). Konten dari aplikasi

TikTok dan Pinterest cukup membantu pengguna dalam memberikan rekomendasi *mix and match* dalam berbusana (Putra, 2020). Mahasiswa cenderung berusaha agar tidak tertinggal berita terkini. Hal ini menjadi salah satu faktor yang membuat mahasiswa menggunakan media sosial untuk mencari dan berbagi informasi mengenai pakaian yang sedang populer saat ini.

Dilansir dari Databoks (2023), pengguna TikTok di Indonesia sebanyak 113 juta pengguna pada bulan April 2023. Jumlah ini menjadi yang terbesar kedua setelah Amerika Serikat. Salah satu alasan popularitas inilah mahasiswa lebih menyukai menggunakan media sosial TikTok daripada media sosial lainnya. TikTok menyediakan fitur-fitur yang menarik seperti fitur TikTok Shop dan berbagai macam bentuk konten yang disajikan sehingga mahasiswa tidak merasakan kejenuhan saat menjelajahi TikTok, salah satunya konten *spill outfit*. Kontribusi yang dilakukan oleh pengguna TikTok dalam menanggapi konten *spill outfit* ini dengan menggunakan hastag *#spilloutfit*. Berdasarkan data pencarian pada Juni 2023 melalui aplikasi TikTok hastag *#spilloutfit* telah mencapai 142,6 Juta tayangan. Konten *spill outfit* TikTok dapat membantu pengguna untuk menemukan produk yang sedang mereka cari atau mereka butuhkan dan juga untuk menambah informasi mengenai suatu produk. Konten *spill outfit* cenderung tentang memperkenalkan produk *fashion* seperti baju, celana, rok, jilbab, aksesoris, dan sepatu.

Dalam konten *spill outfit* yang ada di TikTok, *influencer* akan mengenakan pakaian yang telah di *mix and match* sehingga menjadi *outfit* yang cantik, keren, dan *fashionable* dalam video yang telah diedit kreatif mungkin dengan disertai musik pendukung yang sedang populer atau sesuai dengan preferensi *influencer*. Sehingga membuat *viewers* tertarik dan penasaran dengan pakaian yang dikenakan di dalam konten tersebut. Dalam konten *spill outfit*, *influencer* akan memberikan informasi dimana membeli pakaian tersebut dengan cara menandai (*tag*) toko atau menyertakan *link* dimana mereka membeli pakaian yang dikenakan dalam

konten *spill outfit*. Hal ini memudahkan pengguna lain untuk membuka akun toko atau mengakses *link* tersebut. Beberapa *influencer* telah disebutkan oleh mahasiswa Sosiologi antara lain: 1) @miryimmiril dengan gaya berbusana *casual* dengan tampilan yang *stylish*; 2) @kar.loveee memiliki khas *feminine style* yang memancarkan aura keanggunan; 3) @disyaayunda dengan khas gaya berbusana yang *simple* dan nyaman untuk aktivitas sehari-hari tetapi tetap *fashionable*; 4) @inikiranaaa_ dengan khas *feminime style*; 5) @delvinyauu dengan khas *vintage style*; 6) @fazmif_ dengan gaya berbusana yang *trendy*.

Konten *spill outfit* menjadi salah satu konten yang banyak disukai mahasiswa karena mahasiswa tertarik dengan dunia *fashion* dan ingin selalu *update* mengenai pakaian yang sedang *trend* saat ini. Berpenampilan rapi dan menarik untuk kegiatan kuliah alias ngampus membuat kepuasan tersendiri bagi mahasiswa. Berkreasi dalam berbusana dan memadukan hal-hal yang berbau *fashion* membuat mahasiswa menjadi kreatif dalam memadukan kemeja, jilbab, celana, rok, dan sepatu *kets* agar terlihat lebih menarik dan *fashionable*. Bebas dalam bergaya dan memadupadankan pakaian dapat mencerminkan identitas, mengekspresikan diri, dan meningkatkan rasa percaya diri (Rosyidah & Anggraini, 2022). Melalui gaya berbusana, mahasiswa dapat *mix and match* pakaian sesuai dengan selera mereka dan tetap mengikuti ketentuan berbusana yang berlaku di UIN Walisongo yaitu berbusana rapi, sopan, dan sesuai syari'ah.

Mahasiswa FISIP UIN Walisongo memiliki selera *fashion* yang beragam. Gaya berbusana yang banyak digemari mahasiswa yaitu *casual style* yang sederhana dan mengutamakan kenyamanan. Adapun yang berbusana *feminime* yaitu yang mengenakan *long dress* atau rok yang dipadu-padankan dengan baju yang terkesan kalem dan manis. Selain itu mahasiswa mengenakan *vintage style* yang terinspirasi dari gaya berbusana pada era 80-90an. Beberapa mahasiswa juga menyukai *fashion* mamba yaitu gaya *fashion* yang dominan memakai pakaian dengan warna

hitam atau gelap, *fashion* kue yang menggunakan pakaian berwarna cerah, dan juga *fashion* bumi atau *earth tone* yang dominan mengenakan warna-warna *soft* seperti *cream*, hijau, atau coklat. Walaupun UIN Walisongo merupakan universitas berbasis keagamaan tetapi mahasiswa perempuan di FISIP tidak semuanya mengenakan pakaian rok dan gamis, justru banyak yang mengenakan celana kulot, palazzo, *baggy pants*, dan *jeans*. Hal ini di latar belakang karena FISIP merupakan fakultas umum yang berfokus pada ilmu sosial dan politik, berbeda dengan fakultas lainnya yang berfokus pada ilmu keagamaan.

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Konten *Spill Outfit* TikTok Sebagai Referensi Gaya Berbusana Mahasiswa (Studi di FISIP UIN Walisongo Semarang)” karena mahasiswa tidak lagi memakai seragam dalam kegiatan kampus melainkan menggunakan pakaian bebas sesuai selera mahasiswa tetapi tetap mamatuhi aturan berbusana yang berlaku di UIN Walisongo. Banyak mahasiswa FISIP UIN Walisongo jurusan Sosiologi angkatan 2021 dan 2022 yang memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media dalam memenuhi kebutuhan gaya berbusana yang dikenakan untuk kegiatan kampus. Peneliti memilih mahasiswa Sosiologi angkatan 2021 dan 2022 karena mahasiswa lebih ekspresif dalam memadupadankan pakaian, dan merasakan dampak adanya konten *spill outfit*. Mahasiswa memilih aplikasi TikTok sebagai referensi *outfit* karena memudahkan mahasiswa dalam aksesibilitas, lebih banyak konten *spill outfit* di TikTok, dan memiliki fitur TikTok Shop yang berfungsi untuk membeli barang secara langsung di aplikasi tersebut. Dengan kata lain, mahasiswa bisa langsung berbelanja lewat TikTok tanpa harus beralih ke aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk yang diinginkan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk konten *spill outfit* yang diakses mahasiswa?
2. Mengapa mahasiswa memilih konten *spill outfit* di TikTok sebagai referensi gaya berbusana?
3. Bagaimana dampak konten *spill outfit* TikTok terhadap gaya berbusana mahasiswa?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bentuk konten *spill outfit* yang diakses mahasiswa.
2. Untuk mengetahui alasan mahasiswa memilih TikTok sebagai referensi gaya berbusana.
3. Untuk mengetahui dampak konten *spill outfit* TikTok terhadap gaya berbusana mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai dampak konten TikTok terhadap kehidupan sehari-hari mahasiswa terutama dalam gaya berbusana. Serta dapat dijadikan sebagai acuan peneliti selanjutnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan bahasan pertimbangan bagi semua pihak dalam memahami TikTok yang berdampak terhadap gaya berbusana mahasiswa. Serta memberikan manfaat bagi semua pihak.

E. Kajian Pustaka

Peneliti telah menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan topik peneliti, sebagai pedoman dan referensi agar terhindar dari kemiripan isi dan tindakan plagiarism. Berikut adalah beberapa penelitian

yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

a) Konten *Spill Outfit*

Kajian mengenai konten *spill outfit* telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yaitu Safitri dan Arviani (2023), Kusuma (2023), Putri dan Patria (2022), Mertanti (2023), Agustin dan Aji (2023), Puja (2022), dan Nenghayati (2021). Safitri dan Arviani (2023) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif remaja yang muncul setelah menonton konten promosi *spill outfit* dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, selaras dengan Kusuma (2023) yang mendeskripsikan perilaku konsumtif remaja putri di Jombang akibat trend *#spilloutfit* pada aplikasi TikTok. Berbeda dengan Putri dan Patria (2022) menunjukkan bahwa perancangan konten dalam bentuk feed Instagram berguna untuk menarik pemuda dalam kegiatan *thrifting* dengan menampilkan referensi gaya busana menggunakan pakaian bekas. Mertanti (2023) perilaku belanja online masyarakat di *era society 5.0* dipengaruhi oleh harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan harga jual di toko offline dan *review influencer* melalui konten *outfit*.

Agustin dan Aji (2023) menunjukkan berbagai upaya dan strategi yang dilakukan para *fashion influencer* dalam menunjukkan presentasi diri, diantaranya menampilkan konten *outfit* yang menarik dan informatif yang dapat meningkatkan jumlah pengikut. Sama dengan Puja (2022) bahwa *influencer* Cindy Audya membangun personal branding melalui konten *Outfit of the day* yang dibagikan ke akun Instagram. Berbeda dengan Nenghayati (2021) remaja mengeksistensikan dirinya melalui *#ootd* yaitu dengan menampilkan konten gaya busana sehari-hari dan memberikan contoh gaya busana untuk bepergian ke suatu tempat.

b) TikTok

Kajian mengenai TikTok telah diteliti oleh beberapa peneliti yaitu Khansa dan Putri (2022), Wibowo dan Yudi (2021), Utami, dkk (2021), Firamadhina dan Krisnani (2020), Fanaqi (2021), Pusvitasari (2022),

Nurmala, dkk (2022). Khansa dan Putri (2022) menjelaskan bahwa sebagian besar mahasiswa mengaku jika TikTok memberi pengaruh terhadap gaya hidup remaja karena mudah mengakses informasi atau hiburan. Sama dengan Wibowo dan Yudi (2021) bahwa TikTok sebagai *digital marketing* memiliki dampak yang cukup signifikan karena media sosial dapat menjualkan produk ke tempat jauh. Utami, dkk (2021) menjelaskan bahwa pengguna TikTok ditengah pandemi Covid-19 sebagai media hiburan, selain itu juga digunakan untuk mengekspresikan kreativitasnya. Selaras dengan Fanaqi (2021) menjelaskan bahwa penggunaan TikTok cukup menunjang kreativitas sebagai media hiburan, interaksi, promosi, dan informasi.

Firamadhina dan Krisnani (2020) menjelaskan bahwa penggunaan TikTok oleh Generasi Z mengembangkan suatu makna dan *sense of self* akibat dari interaksi sosial yang terjadi antar sesama pengguna. Sedangkan Pusvitasari (2022) menjelaskan bahwa fitur TikTok Shop memberikan dampak perilaku konsumtif bagi mahasiswa dengan beberapa motif. Selaras dengan Sa`adah, dkk (2022) bahwa Generasi Z cukup tertarik untuk menggunakan fitur TikTok Shop dari aplikasi TikTok. Sama halnya Nurmala, dkk (2022) menyimpulkan bahwa TikTok memberikan dampak perubahan perilaku sosial bagi mahasiswa.

c) Gaya Berbusana

Kajian mengenai gaya berbusana telah diteliti oleh beberapa peneliti yaitu Nasution (2019), Muliana dan Ahmad (2019), Pusparani (2020), Jasin (2020), Aunia, dkk (2022), Diya'annisaul, dkk (2021), Adawiyah dan Rabiatul (2021), Khadijah (2019). Nasution (2019) menjelaskan bahwa gaya berbusana Kpop tidak sepenuhnya diikuti oleh para siswa. Beberapa siswa mengubah gaya berbusana ketika mengenal Kpop. Berbeda dengan Muliana dan Ahmad (2019), remaja lebih mengutamakan kenyamanan dalam berbusana daripada etika berbusana dan mengabaikan kesopanan dalam memakai suatu busana. Sama halnya Pusparani (2020) bahwa mayoritas mahasiswa telah mengenakan pakaian yang sesuai dengan kode

etik dan syariat Islam, fakto-faktor yang mempengaruhi gaya berbusana mahasiswa meliputi aspek diri sendiri, keluarga, organisasi kampus dan pergaulan dengan teman sebaya. Damayanti, dkk (2022) mengatakan melalui media sosial TikTok mahasiswa melihat apa yang ada di dalamnya kemudian mencontohnya dalam bentuk gaya hidup berpakaian.

Aunia, dkk (2022) sebagian dari mahasiswi menggunakan pakaian muslimah syar'i dan terdapat pengaruh *fashion influencer* @jenaharansution di Instagram terhadap gaya busana muslim mahasiswi. Sama dengan Diya'annisaul, dkk (2021) tren busana yang dipakai da'i mampu menarik perhatian mad'u untuk datang ke pengajian atau sekedar mendengarkan lewat media sosial. Berbeda dengan Adawiyah dan Rabiatul (2021) bahwa fenomena gaya busana di Instagram saat ini menjadi gaya hidup generasi muslim milenial untuk menyampaikan citra diri dan membentuk identitas diri tetapi telah terjadi rekayasa atau pengaburan status sosial dalam Instagram. Sedangkan Khadijah (2019) menunjukkan bahwa variasi gaya berbusana muslimah milenial sangat beragam, termasuk beberapa yang tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan peraturan di lingkungan fakultas. Faktor-faktor yang memengaruhi gaya berbusana muslimah milenial mencakup motivasi dan latar belakang interaksi sosial.

F. Kerangka Teori

1) Definisi Konseptual

a) Konten *Spill outfit*

Menurut Ikapi dalam kutipan yang ditulis Basarah dan Romaria (2020), konten adalah struktur informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi yang tersedia melalui media. Konten digunakan sebagai alat komunikasi dan sebagai sarana untuk mencari informasi, hiburan, persuasi, interpretasi, dan transmisi budaya (Pratama, 2020). Konten dapat berupa foto, video, audio maupun multimedia yang dapat diakses secara mudah. Sedangkan

kata *spill* merupakan istilah bahasa gaul yaitu *spill the tea* yang artinya menumpahkan teh ke dalam gelas. Namun versi gaulnya adalah *spill the T*, alias huruf T yang diganti dengan kata *Truth* yang berarti sebuah kebenaran. Jadi *spill* bisa diartikan sebagai upaya mengungkap sebuah rahasia melalui informasi yang diberikan. Kata *spill* sering dipakai dengan kata tambahan sesuai dengan informasi yang diinginkan, misalnya *spill outfit*. Biasanya istilah *spill outfit* digunakan *followers* untuk mengetahui informasi seputar busana yang dipakai oleh *influencer*, *content creator*, atau idola mereka.

Menurut Edib (2021) dalam bukunya yang berjudul ‘Menjadi Kreator Konten di Era Digital’, konten *spill outfit* merupakan konten berupa tutorial memadupadankan *outfit* atau *fashion* yang digunakan baik berupa *outfit* ngampus, kerja, *hangout*, lebaran dan lain sebagainya yang dapat dikreasikan. Konten *spill outfit* biasanya berisi tentang *review* pakaian yang sedang viral seperti baju, celana, tas, sepatu, dan sebagainya. Konten ini memudahkan pengguna untuk mengetahui informasi dan mengikuti pakaian yang lagi *trend* saat ini.

Influencer akan mengenakan pakaian yang telah di *mix and match* sehingga menampilkan gaya berbusana yang *fashionable* dalam konten *spill outfit*. Sehingga membuat *viewers* tertarik dan penasaran dengan pakaian yang dikenakan oleh *influencer*. Di dalam konten, *influencer* akan memberikan informasi membeli pakaian tersebut dengan cara menandai (*tag*) toko atau menyertakan nomor *link* yang ditampilkan di bio akun TikTok *influencer*. Konten *spill outfit* di TikTok memiliki banyak referensi gaya berbusana yang dapat membantu *viewers* untuk menemukan dan membeli barang yang menarik dengan kemudahan berbelanja. Dalam konten *spill outfit* *viewers* dapat melihat kualitas barang

melalui video tersebut ditambah dengan penjelasan informasi di dalamnya.

b) TikTok

TikTok merupakan aplikasi media sosial yang berfungsi untuk membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan *special effects* seperti efek, musik sebagai pendukung, dan beberapa fitur kreatif lainnya (Winarso, 2021). TikTok menjadi salah satu platform yang cukup populer di kalangan masyarakat dunia karena mudah digunakan, ada berbagai jenis macam konten yang dibagikan, dan *challenge* yang menarik. Pengguna dapat berkreasi dengan kreatifitasnya untuk menciptakan konten video dengan musik yang terbaru dan kekinian. Berbagai macam konten video yang dibagikan oleh pengguna seperti konten edukasi, *tips and trick, fashion*, mini vlog, dan lain sebagainya

Aplikasi TikTok dapat dikatakan sebagai aplikasi penghibur karena membuat penggunanya terhibur melalui konten video yang lewat di halaman FYP pengguna. Banyak pengguna yang memanfaatkan TikTok sebagai media hiburan untuk mengisi waktu luang, menghilangkan kebosanan, dan mengusir kepenatan dari aktifitas sehari-hari. TikTok sebagai memiliki berbagai fitur-fitur menarik untuk memikat penggunanya, adapun fitur-fiturnya sebagai berikut (Winarso, 2021):

(1) *Followers* dan *Following*

Followers dan *following* memperlihatkan adanya komunikasi antar pengguna secara tidak langsung.

(2) *Direct Message* atau DM

Direct Message memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan pribadi ke pengguna lain secara langsung.

(3) Unggah Video

Fitur unggah video yaitu video dapat di-*upload* dari durasi 15 detik, 60 detik hingga 3 menit, fitur unggah video ini tidak hanya direkam langsung pada aplikasi TikTok namun juga dapat memilih *file* yang ada di galeri pengguna. Selain itu, juga terdapat fitur *stories*, untuk memposting foto-foto dalam waktu satu hari.

(4) *Reply*

Reply merupakan kolom komentar untuk meninggalkan komentar di postingan konten pengguna lain.

(5) *Like, Save, and Share*

Tombol *Like* untuk memberikan umpan balik positif kepada pembuat konten. Fitur *Save* untuk menyimpan video yang menarik. Sementara itu, tombol *Share* untuk membagikan konten melalui platform media sosial lainnya.

(6) *Stitch*

Stitch diartikan sebagai tanggapan berupa video terhadap konten yang diposting oleh pengguna.

(7) Penambah Musik

Pengguna dapat menambahkan musik secara bebas, karena semua musik yang telah tersedia di aplikasi dan sudah mendapat izin sehingga tidak akan dikenakan *copyright*.

(8) Filter Video

Filter pada video berguna untuk memberikan efek warna terhadap videonya, ada berbagai macam filter video yang diberikan seperti *portait, landscape, food*, dan lain-lain.

(9) Filter Stiker dan Efek Video

Filter stiker untuk menambahkan stiker di sekitar wajah pengguna. Terdapat beragam pilihan dalam efek stiker seperti *acesories, beauty*, dan lain-lain. Sedangkan efek video yang bisa digunakan seperti misalnya efek visual, *motion, stiker, transition, split*, dan lain sebagainya.

(10) Filter *Voice Change*

Filter *voice changer* atau *voice effect* adalah fitur yang berfungsi untuk mengubah suara dalam video.

(11) Filter *Beautify*

Fitur ini bisa mengatur bentuk wajah, warna mata, memperhalus wajah, dan juga memberikan filter *make up*.

(12) Filter *Auto Captions*

Fitur ini menambahkan *subtitle* yang dibuat secara otomatis oleh aplikasi, mempermudah pengguna untuk menikmati konten video terutama pengguna yang kesulitan dalam pendengaran.

(13) Fitur Hapus Komentar dan Blokir

Fitur ini hadir agar pengguna bisa lebih mudah menghalau adanya tindakan *bullying*. Fitur ini digunakan untuk menghapus komentar atau memblokir akun pengguna lain.

(14) Fitur *Live*

Fitur *live* digunakan untuk melakukan aktivitas *live streaming*, tetapi pengguna TikTok dengan jumlah pengikut minimal 1000 *followers* yang dapat melakukan *live*.

(15) Fitur *Hashtag*

Fitur *hashtag* adalah cara untuk mengkategorikan konten agar lebih mudah ditemukan pengguna lain dalam mencari suatu jenis konten video yang ingin ditonton.

(16) Fitur TikTok Shop

Fitur ini merupakan fitur untuk belanja online, dimana para pengguna dapat melakukan aktivitas jual beli barang di dalam aplikasi TikTok.

c) Referensi

Kata referensi dapat ditelusuri dari bahasa Inggris '*refer to*', yang mengartikan sebagai 'mengacu pada' atau 'merujuk pada' terhadap suatu pernyataan atau objek. Merriam Webster

Dictionary mendefinisikan referensi sebagai suatu tindakan yang mengacu dan merujuk pada sesuatu atau sumber informasi lain, seperti yang terdapat dalam buku atau dari sumber lainnya (Penerbitdeepublish.com, 2022). Oleh karena itu, referensi dapat diartikan sebagai sumber informasi atau karya yang berisi fakta dan informasi yang bermanfaat. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa referensi adalah suatu merujuk kepada suatu objek, ide, atau konsep yang telah diutarakan atau dibahas dalam konteks lain, dengan tujuan untuk mendukung berbagai konteks atau hipotesis terkini. Prinsip ini juga berlaku pada referensi yang bersifat teknis dan spesifik. Oleh karena itu, referensi dapat diperoleh dari berbagai sumber informasi.

d) Gaya Berbusana

Gaya berbusana atau sering dikenal dengan *fashion*, menurut Thomas Carlyle (dalam Rosyidah & Anggraini, 2022) merupakan simbol dari jiwa seseorang, artinya pakaian yang dikenakan oleh seseorang melambangkan jiwa penggunaannya sebagai bagian dari kultur sosial. Pakaian tidak akan pernah lepas dari perkembangan budaya dan kehidupan manusia. Perkembangan *fashion* dari masa ke masa selalu mengalami perubahan yang sangat pesat dan memiliki *trend* yang berbeda-beda setiap tahunnya. Gaya berbusana merupakan pakaian yang dikenakan dalam kehidupan sehari-hari ataupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Melalui gaya berbusana dapat mendeskripsikan identitas diri dan kepribadian seseorang.

Saat ini berbusana tidak hanya dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok tapi juga menjadi bagian dari gaya hidup. Dengan banyaknya pilihan mode busana membuat setiap orang berusaha untuk berpenampilan modis dan *trendy* sesuai dengan karakter individu. Semakin berkembangnya zaman, fungsi dan manfaat

pakaian semakin beragam tidak hanya sebagai salah satu pelindung tubuh tetapi juga sebagai berikut (Rosyidah & Anggraini, 2022):

(1) Sebagai Identitas Diri

Gaya berbusana seseorang dapat mengekspresikan identitas diri mereka, mulai dari karakter, kepribadian, hingga ciri khas penggunaannya dapat dilihat dari gaya seseorang dalam berbusana.

(2) Sebagai Bentuk Komunikasi

Dalam *fashion* terdapat makna tersembunyi yang tidak diucapkan penggunanya, pengguna busana seolah-olah sengaja membuat suatu pesan yang ingin disampaikan, dan selanjutnya orang lain akan membuat penafsiran terhadap penampilan yang pengguna tunjukkan.

(3) Sebagai Penanda Kelas Sosial

Gaya berbusana juga dijadikan sebagai salah satu tolak ukur untuk melihat kelas sosial dari penggunanya. Seperti pepatah Jawa yang menyebutkan '*ajining raga saka busana*', yang artinya orang akan dinilai dari bagaimana cara mereka berbusana. Oleh karena itu, banyak orang yang menggunakan pakaian tidak hanya ingin mendapatkan nilai gunanya saja tetapi juga ingin memperlihatkan citra diri, serta nilai tertentu yang ingin dicapai dengan menggunakan pakaian tersebut.

(4) Memberikan Rasa Percaya Diri

Sebelumnya telah dijelaskan bahwa gaya berbusana dapat mengekspresikan identitas diri seseorang sehingga dengan memahami *fashion* seseorang akan mengerti gaya berbusana seperti apa yang menjadi ciri khasnya dan hal ini akan memberikan rasa percaya diri dari penggunanya. Kepercayaan diri memiliki dampak pada motivasi dalam menger berbagai macam pekerjaan dan akitivitas pengguna.

(5) Memberikan Daya Tarik Tersendiri

Ketika sudah percaya diri dengan apa yang dikenakan maka akan memiliki daya tariknya dengan sendirinya. Menggunakan busana dan berpenampilan menarik dapat memberikan daya tarik yang memikat. Daya tarik ini memunculkan aura yang dapat menarik perhatian dan membuat orang lain nyaman ketika berada disekitarnya.

(6) Memberikan Kebahagiaan

Ketika seseorang tampil percaya diri dengan apa yang digunakan akan lebih semangat untuk beraktivitas. Ini juga akan berdampak pada psikologis karena dapat menumbuhkan kebahagiaan dalam diri mereka. Selain itu, kebahagiaan juga dirasakan ketika seseorang membeli dan *mix and match* pakaian yang diinginkan sehingga akan memunculkan rasa kepuasan yang menjadikan rasa bahagia tersebut hadir.

e) Mahasiswa

Secara etimologis, mahasiswa terdiri dari dua kata, yaitu “maha” dan “siswa”. Maha berarti sangat, amat dan besar, sedangkan siswa berarti murid atau pelajar. Menurut Daldiyono (2009) mahasiswa adalah seorang yang sudah lulus dari Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) dan sedang menempuh pendidikan tinggi. Mahasiswa merupakan individu yang berada batas usia 18-30 tahun yang terdaftar mengikuti pelajaran di perguruan tinggi. Mahasiswa dianggap memiliki tingkat kecerdasan yang tinggi, kemampuan berpikir kritis, dan keterampilan perencanaan yang baik (Siswoyo, 2007).

Mahasiswa sebagai individu yang memiliki potensi untuk menciptakan perubahan dalam masyarakat, selalu dihadapkan pada tuntutan untuk menunjukkan perannya dalam kehidupan sehari-

hari. Menurut Cahyono (2019), terdapat empat peran penting yang ditanggung oleh mahasiswa, yakni:

(1) Mahasiswa sebagai *Agent of Change*

Diharapkan mahasiswa mampu menjadi pelopor perubahan di masyarakat, berperan aktif dalam mewujudkan perubahan tersebut.

(2) Mahasiswa sebagai *Social Control*

Mahasiswa diharapkan menjadi panutan di lingkungan masyarakat, mengedepankan ilmu pengetahuan yang dimilikinya, dan patuh terhadap norma-norma yang berlaku di sekitarnya.

(3) Mahasiswa sebagai *Iron Stock*

Mahasiswa diharapkan menjadi generasi penerus bangsa yang tangguh di masa depan karena mempunyai kemampuan dan moralitas yang tinggi.

(4) Mahasiswa sebagai *Moral Force*

Mahasiswa diminta untuk memiliki karakter moral yang baik, sebab mereka berfungsi sebagai contoh teladan di tengah masyarakat. Setiap tindakan mahasiswa akan diperhatikan dan dinilai oleh lingkungan sekitar.

2) Teori *Uses and Gratification* Jay G. Blumler dan Elihu Katz

A. Konsep Dasar

Blumler dan Katz (1974) mengatakan bahwa khalayak memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Khalayak berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya. Teori *Uses and Gratification* mengasumsikan bahwa khalayak mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya, baik kebutuhan informasi, pendidikan ataupun hiburan. Teori ini menjelaskan bahwa khalayak memiliki hak dalam memperlakukan media. Khalayak memiliki berbagai alasan untuk menggunakan maupun memilih media yang digunakan. Selain

itu, khalayak memiliki kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media akan berdampak pada dirinya.

B. Asumsi Dasar

Terdapat lima asumsi dasar yang menjadi inti gagasan *Teori Uses and Gratification* yaitu (Blumler dan Katz, 1974):

- 1) Khalayak aktif dan penggunaan media berorientasi pada tujuan. Artinya khalayak mempunyai suatu hal yang ingin dicapai dengan menggunakan media.
- 2) Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan khalayak. Artinya, khalayak secara aktif bebas memilih ragam isi apa yang akan dipilih.
- 3) Media bersaing dengan sumber kepuasan lain. Artinya media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan dan perhatian untuk memuaskan kebutuhan khalayak.
- 4) Khalayak sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media. Artinya khalayak mempunyai alasan yang kuat mengapa menggunakan media.
- 5) Penilaian Isi Media Ditentukan oleh Khalayak. Maksudnya, khalayak sendirilah yang bisa menilai suatu isi media, karena penilaian isi media berhubungan dengan pemilihan khalayak terhadap kepuasan dan tujuan akhirnya.

C. Istilah-Istilah Penting *Teori Uses and Gratification*

Beberapa istilah penting terkait dengan *Teori Uses and Gratification* oleh Blumler dan Katz (West & Turner, 2017):

- a) Khalayak aktif (*the active audience*): pengguna media yang aktif dalam proses komunikasi yang dimotivasi oleh kebutuhan dan tujuan.
- b) Utilitas (*utility*): menggunakan media untuk meraih tujuan-tujuan spesifik.

- c) Intensionalitas (*intentionality*): perilaku kognitif yang muncul ketika motivasi utama seseorang menentukan penggunaan media.
- d) Selektivitas (*selectivity*): penggunaan media oleh khalayak mencerminkan ketertarikan dan kesukaannya.
- e) Kebal terhadap pengaruh (*imperviousness of influence*): khalayak secara aktif menghindari berbagai jenis pengaruh media.
- f) Aktivitas (*activity*): mengacu pada apa yang dilakukan khalayak.
- g) Keaktifan (*activeness*): mengacu pada seberapa jauh kebebasan yang dimiliki khalayak di media massa.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapat data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2010). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan jenis penelitian lapangan. Kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian, seperti tingkah laku, cara pandang, dan sebagainya dalam bentuk kata-kata dan bahasa, tidak menggunakan angka. Sedangkan pendekatan deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan, gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Jenis penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian.

Peneliti akan menghasilkan data deskriptif yang diperoleh dari informan secara langsung dan tidak langsung guna mengkaji, mempelajari suatu hal yang ada di lapangan sehingga peneliti mampu mendapatkan informasi seputar referensi gaya berbusana mahasiswa

dari konten *spill outfit* TikTok, kemudian peneliti akan mencatat dan mengolah data untuk dideskripsikan dan dinarasikan berdasarkan fakta-fakta objek penelitian di lapangan. Lokasi penelitian dilakukan di FISIP UIN Walisongo Semarang.

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data merupakan sumber yang didapatkan langsung dari sumbernya. Dibagi menjadi dua yaitu:

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapatkan dari informan yang bersangkutan secara langsung (Azwar, 2007). Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini yang dimaksud informan yaitu mahasiswa Sosiologi angkatan 2021 dan 2022 yang menggunakan konten *spill outfit* TikTok sebagai referensi gaya berbusana.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh dari sumber kedua, dapat dikatakan juga sebagai bahan pendukung penelitian (Azwar, 2007). Artinya data sekunder diperoleh dari sumber data yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel dan segala hal yang berkaitan dengan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk pengumpulan data atau informasi dalam suatu penelitian. Peneliti menggunakan beberapa metode yaitu:

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan terhadap objek dengan melibatkan seluruh indera untuk mendapatkan data, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek penelitian. Observasi dilakukan untuk menemukan sesuatu yang

tidak didapat oleh peneliti melalui wawancara (Siyoto, 2015). Teknik observasi dilakukan secara non partisipan karena peneliti lebih bersifat sebagai pengamat yang mencatat dan menganalisis gaya berbusana dan interaksi mahasiswa Sosiologi angkatan 2021 dan 2022.

2) Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan informan untuk memudahkan dalam mengetahui informasi yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Menurut Sugiyono (2013), *purposive* adalah teknik penentuan informan dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud yaitu kriteria atau ciri-ciri tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian. Adapun kriteria pemilihan informan dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Mahasiswa UIN Walisongo Semarang jurusan Sosiologi angkatan 2021 dan 2022.
- b. Mahasiswa yang memiliki akun TikTok.
- c. Mahasiswa yang mencari referensi gaya berbusana melalui platform TikTok.
- d. Mahasiswa yang pernah membeli pakaian karena konten *spill outfit*.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan berbagai dokumen atau arsip yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber data sekunder, untuk melengkapi data-data yang telah diperoleh melalui wawancara dengan para informan dan observasi mengenai tempat dan berlangsungnya aktivitas yang berkaitan dengan objek penelitian (Nugrahani, 2014). Data yang diperoleh dari dokumentasi dalam penelitian yaitu gambaran umum lokasi, profil mahasiswa Sosiologi.

4. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan analisis data merupakan proses menyusun secara sistematis dan penyederhanaan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan bahan-bahan lain, lebih mudah dibaca dan dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan pendekatan induktif dengan menganalisis data yang dimulai dari data yang terkumpul, kemudian mencari pola atau tema yang muncul dari data tersebut untuk memberi makna terhadap data guna memecahkan masalah dalam penelitian. Menurut Miles dan Huberman proses analisis data dalam penelitian kualitatif antara lain:

1) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Dalam hal ini, peneliti akan memperoleh data dari lapangan dengan jumlah yang cukup banyak maka perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Reduksi data merupakan proses merangkum dan memilih hal-hal yang penting. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Hasil dari mereduksi data, peneliti telah memfokuskan pada konten *spill outfit* TikTok sebagai referensi gaya berbusana mahasiswa Sosiologi angkatan 2021 dan 2022.

2) *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data berupa teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data, maka data akan terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan. Dalam hal ini, peneliti memfokuskan pada konten *spill outfit* TikTok sebagai referensi gaya berbusana mahasiswa Sosiologi angkatan 2021 dan 2022. Hasil dari menyajikan data ini mampu memudahkan peneliti dalam upaya pemaparan dan penarikan kesimpulan.

3) *Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah ketiga yaitu *verification* atau penarikan kesimpulan berdasarkan data-data yang telah ada. Kesimpulan dalam penelitian diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan tetapi mungkin juga tidak, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Dalam hal ini, peneliti berusaha dan berharap kesimpulan yang dicapai mampu menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal yaitu berkaitan mengenai konten *spill outfit* TikTok sebagai referensi gaya berbusana mahasiswa Sosiologi.

H. Sistematika Penulisan

Struktur penulisan merupakan bagian persyaratan dalam penulisan karya ilmiah yang terdiri dari berbagai bagian yang saling terkait. Penelitian ini akan disajikan dalam enam bab, dimana setiap bab mencakup topik khusus yang mendukung penelitian ini. Oleh karena itu, susunan penulisan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan langkah awal dalam menyusun skripsi, pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II ADAB BERBUSANA PERSPEKTIF ISLAM DAN *TEORI USES AND GRATIFICATION* JAY G. BLUMLER DAN ELIHU KATZ

Bab ini membahas *Teori Uses and Gratification* milik Jay G. Blumler dan Elihu Katz sebagai rujukan penelitian yang diimplementasikan dalam kajian konten *spill outfit* dan gaya berbusana mahasiswa. Dengan pemaparan: 1) Adab berbusana dalam perspektif Islam; 2) Konsep Dasar; 3) Asumsi Dasar; 4) Implementasi *Teori Uses and Gratification*.

BAB III PROFIL MAHASISWA SOSIOLOGI FISIP UIN WALISONGO SEMARANG

Bab ketiga membahas mengenai profil mahasiswa program studi Sosiologi yang berisi tri etika kampus, profil program studi, profil mahasiswa Sosiologi, profil informan, dan profil akun *influencer*.

BAB IV KONTEN *SPILL OUTFIT* DAN LATAR BELAKANG MAHASISWA MEMILIH TIKTOK SEBAGAI REFERENSI GAYA BERBUSANA

Bab keempat mendeskripsikan konten *spill outfit* TikTok yang diakses mahasiswa dan latar belakang mahasiswa Sosiologi angkatan 2021 dan 2022 memilih aplikasi TikTok sebagai referensi gaya berbusana.

BAB V DAMPAK KONTEN *SPILL OUTFIT* TIKTOK TERHADAP GAYA BERBUSANA MAHASISWA

Bab keenam membahas secara luas dan mendalam mengenai dampak yang dirasakan mahasiswa UIN Walisongo jurusan Sosiologi angkatan 2021 dan 2022 melalui konten *spill outfit* terhadap gaya berbusana yang dikenakan untuk kegiatan kampus.

BAB VI PENUTUP

Bab ketujuh merupakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dengan topik tema yang sama dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II
ADAB BERBUSANA PERSPEKTIF ISLAM DAN
***TEORI USES AND GRATIFICATION* JAY G. BLUMLER DAN**
ELIHU KATZ

A. Adab Berbusana dalam Prespektif Islam

Kata "adab" memiliki makna sebagai akhlak atau etika. Dalam konteks ini, adab mencakup aspek-aspek budi pekerti, perilaku yang baik, keteraturan, dan kesopanan manusia. Adab juga dapat diartikan sebagai kebiasaan atau adat. Menurut Taha Husein, asal-usul kata "adab" dapat ditelusuri dari kata "al-da-bu" yang bermakna "al'adah". Selain itu, adab juga mencakup konsep kesopanan, pendidikan, dan akhlak. Oleh karena itu, penggunaan kata "adab" dapat dipahami sebagai merujuk pada etika (Haris, 2010). Busana adalah produk budaya, sekaligus tuntunan agama dan moral. Pakaian muncul dari peradaban yang berubah menjadi suatu budaya, sekaligus tuntunan ajaran agama guna menutup aurat. Nilai budaya pada aspek pakaian terletak pada mode dan gaya, atau potongan yang menambah kesan indah dalam berpakaian dalam konteks ini muncullah istilah busana (berbusana) yang dekat lebih dengan nilai-nilai keindahan.

Salah satu bentuk perintah dalam agama Islam adalah perintah untuk mengenakan busana yang menutup aurat. Busana muslim adalah pakaian atau busana yang dipakai semua umat Islam baik itu laki-laki (muslim) maupun perempuan (muslimah) dalam aktifitas keseharian. Busana muslim bertujuan untuk menutup aurat penggunaanya yang tidak boleh (haram) dilihat oleh orang lain yang bukan mahramnya. Dengan demikian busana muslim tidak hanya pakaian yang digunakan untuk keperluan kegiatan dan acara keagamaan saja seperti sholat, hari raya, hajatan dan sebagainya, tetapi busana merupakan hal wajib yang harus dikenakan oleh setiap umat Islam dalam setiap aktivitasnya. Hal ini tercantum dalam QS. Al-A'raf Ayat 26:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيشًا
وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ
(٢٦)

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat”.

Sumber: Kemenag.go.id

Ayat di atas menjelaskan dua fungsi pakaian, yaitu sebagai penutup aurat dan sebagai perhiasan. Pakaian memiliki peran penting dalam menghindarkan seseorang dari berbagai bencana dan kesulitan, baik yang bersifat duniawi maupun ukhrawi. Islam mengatur etika berpakaian dengan menekankan untuk menutup aurat. Bagi seorang muslimah, syariat Islam dilihat sebagai perlindungan yang sempurna, menjamin kesuciannya, menempatkannya pada posisi yang terhormat, dan memberikan derajat yang tinggi. Hikmah berbusana dalam Islam dapat dipahami sebagai upaya menutup bagian-bagian tubuh yang diatur oleh agama dan dinilai oleh masyarakat, serta sebagai bentuk hiasan yang menambah keindahan pemakainya. Hal ini menunjukkan bahwa agama memberikan peluang yang besar untuk meningkatkan keindahan diri dan mengekspresikan kecantikan.

Perbedaan antara aurat laki-laki dan aurat perempuan dalam pandangan hukum Islam sangat signifikan. Menurut M. Quraish Shihab dalam bukunya mengatakan bahwa syariat Islam mewajibkan kaum muslimin memakai busana yang menutup aurat dan sopan, baik laki-laki maupun perempuan. Berdasarkan ijma ulama, aurat laki-laki sebatas antara atas pusat dan kedua lutut. Sedangkan aurat perempuan adalah seluruh tubuhnya kecuali muka, telapak tangan dan telapak kakinya. Bahkan ada

pendapat lain yang mengatakan bahwa seluruh tubuh perempuan tanpa terkecuali adalah aurat (Shihab, 2010). Yang menjadi masalah saat ini adalah memadukan antara fungsi pakaian sebagai hiasan dengan fungsinya menutup aurat. Terkadang orang berpakaian mengabaikan ketertutupan aurat demi menuju sesuatu yang dinilainya keindahan dan hiasan. Padahal Islam menghendaki para pemeluknya agar berpakaian sesuai dengan fungsi sebenarnya yaitu menutup aurat. Karena terbukanya aurat dapat menimbulkan dampak negatif bagi orang yang membuka serta bagi orang yang melihatnya. Agama Islam mewajibkan perempuan memakai jilbab dalam kegiatan sehari-harinya. Hal ini merupakan sebuah ketentuan Al-Qur'an bagi para istri dan anak perempuan Nabi, dan semua perempuan beriman di masa itu untuk menutup tubuh mereka atau bagian dari tubuh mereka sedemikian rupa sehingga tidak mengundang kaum munafik untuk menghina mereka.

Trend-trend dalam berbusana terus mengalami perkembangan dan perubahan. Gaya berbusana yang menutup aurat namun belum tentu sesuai dengan adab berbusana dalam Islam hingga gaya berbusana muslimah yang modis, *stylish* dan *trendy* sesuai dengan ketentuan dalam Islam. Secara kasat mata gaya berbusana seperti ini sudah merambah berbagai lapisan masyarakat baik orang awam maupun kaum terpelajar, muda maupun tua, rakyat biasa maupun aparatur negara, dan bahkan dari kalangan Islam. Fenomena ini menunjukkan munculnya stigma masyarakat yang menyimpang dan melenceng dari hakikat dan fungsi pakaian itu sendiri. Pergeseran makna dari sebuah simbol ketaatan seseorang terhadap perintah Allah SWT seakan menjadi tuntutan gaya hidup yang harus terpenuhi dengan alasan mengikuti perkembangan zaman.

يَبْنِيَّ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا
وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

Sumber: Kemenag.go.id

Dalam ayat di atas diterangkan bahwa, Allah Swt memerintahkan manusia untuk memakai pakaian yang bagus dan indah serta menutupi aurat ketika memasuki masjid, karena Rasulullah Saw, sahabat serta para ulama sedemikian rupa menjaga sopan santun saat berada dalam masjid. Kewajiban menutupi aurat bukan hanya saja ketika memasuki masjid, tetapi di setiap waktu baik ketika keluar rumah maupun di saat berada di depan lawan jenis yang bukan mahram. Batas aurat wanita di luar shalat harus dibedakan saat berada dalam shalat, di luar shalat aurat wanita adalah seluruh tubuh apabila dia berhadapan dengan yang bukan mahram, sedangkan ketika berada dalam shalat hanya boleh terlihat muka dan dua telapak tangan (Nasir, dkk, 2023).

Pakaian tidak sekadar memenuhi ketentuan misal menutup aurat. Pakaian menjadi cermin karakter dan akhlak penggunanya. Islam tidak menetapkan bentuk atau warna pakaian ketika beribadah dan beraktivitas. Islam hanya menyatakan pakaian harus bersih, menutup aurat, sopan, dan sesuai akhlak seorang muslim. Islam menganjurkan untuk menggunakan pakaian yang longgar dan tidak transparan agar tidak menonjolkan bentuk tubuh. Memilih pakaian yang longgar dan tidak menunjukkan bentuk tubuh adalah salah satu bentuk penghormatan dan kesalehan dalam berpakaian. Islam mengajarkan untuk menghindari gambaran atau

representasi yang menyerupai ciptaan Allah. Sebagai gantinya, pilihlah pakaian dengan motif atau desain yang sederhana dan tidak menyimpang dari ajaran agama.

Adab berbusana juga mencakup kesadaran tentang tempat dan acara yang akan dihadiri. Berbusana sesuai dengan suasana dan keperluan acara. Islam mengajarkan umatnya untuk hidup dengan sederhana dan tidak berlebihan dalam berpakaian, tidak mengenakan pakaian yang berlebihan atau terlalu mewah, karena dapat menimbulkan kesan riya' atau pamer kekayaan. Berbusana dengan sederhana dan tampil tawadhu' adalah sikap yang dianjurkan dalam Islam. Selain memilih pakaian yang sesuai dengan adab Islam, menjaga kebersihan dan kerapihan pakaian juga merupakan hal yang penting. Pakaian yang kotor atau kusut dapat menimbulkan kesan kurang sopan dan tidak menghargai diri sendiri serta orang lain.

B. Teori *Uses and Gratification* Jay G. Blumler dan Elihu Katz

1. Konsep Dasar

Teori *Uses and Gratification* menurut Blumler dan Katz (1974) mengatakan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut sebagai media yang efektif. Khalayak mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumler dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Khalayak mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) khalayak menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada diri khalayak (Nurudin, 2015).

Teori *Uses and Gratification* merupakan salah satu teori yang paling terkenal pada bidang komunikasi massa. Teori ini menunjukkan bahwa permasalahan utamanya bukan pada bagaimana cara media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi lebih kepada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak (Morissan, 2013). Blumler dan Katz (1974) mengatakan khalayak memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Khalayak berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, Teori *Uses and Gratification* mengasumsikan bahwa pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan.

Dalam Teori *Uses and Gratification* khalayak dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, khalayak bertanggungjawab dalam pemilihan media yang akan khalayak gunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut teori ini, khalayak sadar akan kebutuhan dan bagaimana untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Media hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan khalayak bisa menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain (Nurudin, 2015). Teori *Uses and Gratification* juga memberi pengertian bahwa penggunaan media diarahkan oleh motif tertentu. Motif merupakan sekumpulan kepentingan dari khalayak, oleh karena itu mereka menggunakan media masa untuk memenuhi kepentingan-kepentingan khalayak.

Menurut Morissan (2013) Teori *Uses and Gratification* mengasumsikan khalayak sebagai individu yang pintar dimana khalayak hanya mengonsumsi media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingan khalayak. Teori ini melihat "bagaimana dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan khalayak" bukan "bagaimana dan seberapa besar suatu media dapat mempengaruhi khalayak. Jadi, inti dari Teori *Uses and Gratifications* adalah khalayak

pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu.

2. Asumsi Dasar

Terdapat asumsi dasar yang menjadi inti gagasan *Teori Uses and Gratification* yang dikemukakan Blumler dan Katz yaitu (Blumler dan Katz, 1974):

1) Khalayak Aktif dan Penggunaan Media Berorientasi pada Tujuan.

Dalam perspektif *Teori Uses and Gratification* khalayak yang aktif dalam proses komunikasi, tetapi tingkat keaktifan setiap khalayak tidaklah sama. Dengan kata lain, tingkat keaktifan khalayak merupakan *variable*. Perilaku komunikasi khalayak merujuk pada target dan tujuan yang ingin dicapai berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan khalayak.

Khalayak memiliki alasan dan berusaha mencapai tujuan tertentu ketika menggunakan media. McQuail mengemukakan empat alasan mengapa khalayak menggunakan media yaitu (Morissan, 2013):

- a. Pengalihan (*diversion*), yaitu melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari. Mereka yang sudah lelah bekerja seharian membutuhkan media sebagai pengalih perhatian dari rutinitas.
- b. Hubungan personal, hal ini terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman.
- c. Identitas personal, sebagai cara untuk memperkuat nilai-nilai individu. Misalnya, banyak pelajar yang merasa lebih bisa belajar jika ditemani alunan musik dari radio.
- d. Pengawasan (*surveillance*), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu. Misal, orang menonton program agama di televisi untuk membantunya memahami agama secara lebih baik.

- 2) Inisiatif untuk Mendapatkan Kepuasan Media Ditentukan Khalayak.

Asumsi kedua ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan oleh khalayak sendiri, bahwa khalayak memiliki kewenangan penuh dalam proses komunikasi massa. Finn (Morissan, 2013) menyatakan bahwa motif seseorang dalam menggunakan media dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu aktif dan pasif. Khalayak aktif yaitu mencari informasi dari media berdasarkan kehendak, kebutuhan, dan motif yang dimilikinya. Khalayak pasif yaitu menggunakan media hanya untuk melihat-lihat saja, tidak dengan tujuan dan motif tertentu.

- 3) Media Bersaing dengan Sumber Kepuasan Lain.

Media bukanlah satu-satunya sarana yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan dan perhatian untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Khalayak dapat memuaskan kebutuhannya tanpa media, tetapi Khalayak yang tidak memiliki inisiatif akan lebih mudah dipengaruhi oleh media.

- 4) Khalayak Sadar Sepenuhnya terhadap Ketertarikan, Motif, dan Penggunaan Media.

Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dalam diri yang dilanjutkan dengan penggunaan media memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran yang tepat mengenai penggunaan media oleh khalayak. Khalayak melakukan pilihan secara sadar mengenai penggunaan media yang digunakannya.

- 5) Penilaian Isi Media Ditentukan oleh Khalayak.

Menurut teori ini, isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak sendiri karena penilaian isi media berhubungan dengan

pemilihan khalayak terhadap kepuasan dan tujuan akhirnya. Khalayak memiliki peran yang signifikan dalam menilai dan menentukan kualitas isi media.

Berdasarkan asumsi dasar yang diajukan oleh Jay G. Blumler dan Elihu Katz, dapat disimpulkan bahwa secara umum asumsi dasar Teori *Uses and Gratification* adalah berfokus pada khalayak media. Dimana keputusan menggunakan media sepenuhnya berada di tangan khalayak hingga pada akhirnya khalayak dapat memutuskan untuk menggunakan media atau tidak menggunakan sama sekali.

3. Implementasi Teori *Uses and Gratification* dalam Konten *Spill Outfit*

Teori *Uses and Gratification* berfokus pada kebutuhan dan motivasi khalayak dalam memilih dan menggunakan media. Dalam konteks konten *spill outfit*, mahasiswa melihat konten *fashion* untuk mencari pemenuhan berbagai kebutuhan seperti inspirasi gaya berbusana, informasi mengenai *trend* terkini, dan mengeksplorasi kreativitas dalam berbusana. Konten *spill outfit* secara efektif dapat memuaskan kebutuhan dan motivasi bagi khalayak dalam hal berbusana. Teori ini menekankan peran aktif mahasiswa dalam memilih dan menggunakan media. Dalam hal ini, khalayak secara aktif mencari, menyukai, menyimpan, mengomentari, dan berbagi seputar konten *spill outfit*. Hal ini mencerminkan peran aktif mahasiswa dalam memilih dan menggunakan konten *spill outfit* yang sesuai dengan preferensi dan gaya khalayak.

Mahasiswa menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan dalam berbusana melalui konten *spill outfit* yang tersedia di berbagai media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan YouTube. Tetapi mahasiswa lebih memilih menggunakan TikTok untuk mencari informasi gaya berbusana karena akses mencari konten *spill outfit*

mudah, banyak *influencer* yang membuat konten *spill outfit* di TikTok sehingga lebih banyak pilihan konten *spill outfit* untuk referensi gaya berbusana, dan TikTok juga memiliki fitur TikTok Shop. Fitur ini memungkinkan *influencer* TikTok untuk mempromosikan produk mereka dan memungkinkan pengguna untuk membeli produk tersebut dengan mudah tanpa harus meninggalkan aplikasi TikTok.

Teori *Uses and Gratification* memiliki kaitan yang signifikan dalam konteks konten *spill outfit*, terutama dalam memahami perilaku dan preferensi khalayak terkait *fashion* di era digital. Teori ini menekankan tentang bagaimana pengguna media sosial secara aktif memilih dan menggunakan konten *spill outfit* TikTok untuk memuaskan kebutuhan dan tujuan khalayak dalam hal berbusana.

BAB III
PROFIL MAHASISWA SOSIOLOGI FISIP UIN WALISONGO
SEMARANG

A. Tri Etika Kampus

Berdasarkan Surat Keputusan Rektor Nomor 13 tahun 1994, etika kampus terdiri dari tiga etika yang disebut dengan Tri Etika Kampus. Tri Etika Kampus UIN Walisongo adalah arahan dan pedoman moral bagi pengembangan UIN Walisongo yang berisi: Etika Diniyah, Etika Ilmiah, dan Etika Ukhuwah. Tiga Etika tersebut bukan merupakan unsur yang terpisah, tetapi saling menjiwai. Pelaksanaan Tri Etika ini adalah seluruh warga UIN Walisongo (UIN Walisongo, 2019).

Tiap-tiap lembaga bisa menjabarkan sesuai dengan situasi dan kondisi masing-masing sepanjang tidak keluar dari nilai-nilai yang terkandung dalam Tri Etika ini. Untuk memudahkan pelaksanaannya, tiap-tiap Etika dituangkan menjadi butir-butir di bawah ini.

1. Etika Diniyah

- a. Meningkatkan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama Islam.
- b. Menjadikan ajaran dan etika agama Islam sebagai landasan seluruh aktivitas.
- c. Memahami adanya perbedaan dalam pemahaman dan pengamalan agama Islam.
- d. Menjadikan dirinya sebagai tauladan bagi pengamalan agama Islam yang berwawasan ke-Indonesiaan.
- e. Melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar secara fungsional, proposional, dan profesional.
- f. Membudayakan ajaran agama Islam melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Etika Ilmiah

- a. Mengembangkan dan menjunjung tinggi kebebasan akademik secara bertanggungjawab.
- b. Melaksanakan kegiatan akademik yang bermanfaat bagi Institut dan masyarakat luas.
- c. Mengembangkan kebebasan akademik yang berorientasi pada wawasan etik dan mengacu kepada kepentingan nasional.
- d. Menjunjung tinggi otonomi keilmuan.
- e. Mengembangkan sikap ilmiah, seperti jujur dalam menyampaikan pendapat, menghargai pendapat orang, terbuka dan objektif.

3. Etika Ukhuwah

- a. Mengembangkan rasa kebersamaan sebagai warga UIN Walisongo.
- b. Menciptakan suasana kampus yang mantap, sejuk dan dinamis.
- c. Meningkatkan semangat persaudaraan antar warga UIN Walisongo dan antar warga UIN Walisongo dengan masyarakat.
- d. Mengembangkan sikap berprasangka baik.
- e. Menghormati dan menghargai harkat dan martabat manusia.
- f. Mengembangkan sikap tenggang rasa dan tidak semena mena.
- g. Menegakkan keadilan, kejujuran dan kebenaran di kalangan warga UIN Walisongo dan dalam masyarakat.

B. Profil Program Studi Sosiologi

1. Visi

Program Studi yang Terdepan dalam Riset Sosiologi berbasis pada Kesatuan Ilmu Pengetahuan untuk Kemanusiaan dan Peradaban di Tingkat Internasional pada tahun 2038.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran Sosiologi berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan profesional dan berakhlak *al-karimah*.
- b. Meningkatkan kualitas penelitian dalam Sosiologi untuk kepentingan Islam, ilmu dan masyarakat.
- c. Menyelenggarakan pengabdian masyarakat berbasis Sosiologi yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat.
- d. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal dalam kerangka Sosiologi.
- e. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala nasional dan internasional dalam kerangka Sosiologi.
- f. Mengembangkan tata kelola kelembagaan berbasis quality assurance (penjaminan mutu).

3. Akreditasi

Berdasarkan keputusan BAN-PT No. 5171/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2017, menyatakan bahwa program studi Sosiologi, pada program sarjana Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang terakreditasi B.

4. Mata Kuliah

Mata kuliah program studi Sosiologi disusun berdasarkan visi, misi, tujuan fakultas yang secara paradigmatis menginginkan seluruh mahasiswa memiliki tiga karakter dasar, yaitu: Kompeten, Kritis, dan Exploratif (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, 2023). Mata kuliah di Program Studi Sosiologi terdiri dari tiga jenis, yaitu: Mata Kuliah Universitas (8 mata kuliah), Mata Kuliah Fakultas (13 mata kuliah), Mata Kuliah Keprodian (32 mata kuliah), dan Mata Kuliah Pilihan Prodi (9 mata kuliah).

C. Profil Mahasiswa Sosiologi

1. Latar Belakang Mahasiswa

Data yang diperoleh dari Kasubag Kemahasiswaan FISIP UIN Walisongo Semarang (2023), mahasiswa Sosiologi angkatan 2021 sebanyak 219 mahasiswa dengan jumlah mahasiswa perempuan 157 dan jumlah mahasiswa laki-laki 62. Sedangkan mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 sebanyak 223 mahasiswa dengan perbandingan jumlah perempuan 141 mahasiswa dan jumlah laki-laki 82 mahasiswa.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, mahasiswa jurusan Sosiologi UIN Walisongo Semarang berasal dari berbagai wilayah yang ada di Indonesia, banyak di antara mahasiswa yang berasal dari daerah-daerah di Pulau Jawa, seperti Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Banyak mahasiswa berasal dari berbagai kota di Jawa Tengah, seperti Semarang, Demak, Kudus, Batang, Pekalongan, dan sekitarnya. Ada juga sejumlah mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah di Jawa Timur, termasuk Malang, Bojonegoro, Lamongan, Sidoarjo, dan sekitarnya.

Beberapa mahasiswa juga berasal dari Jabodetabek akronim dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi. Selain itu, sejumlah mahasiswa Sosiologi juga berasal dari luar Pulau Jawa, mewakili berbagai pulau lain di Indonesia. Beberapa di antaranya berasal dari Pulau Sumatera, seperti Palembang, Jambi, dan sekitarnya. Kehadiran mahasiswa dari berbagai wilayah ini memberikan warna dan keanekaragaman yang kaya dalam lingkungan akademik di UIN Walisongo. Mereka saling bertukar pengalaman, memperkaya diskusi, dan memperluas wawasan tentang berbagai aspek sosial dan budaya yang ada di berbagai penjuru Indonesia.

2. Profil Aktifitas

Kegiatan kampus tidak hanya kegiatan akademik saja tetapi juga terdapat kegiatan non-akademik yang memainkan peran penting dalam

memperkaya pengalaman mahasiswa di luar ruang kelas. Kegiatan non-akademik memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan bakat, mengekspresikan diri, dan berkolaborasi dengan sesama mahasiswa yang memiliki minat yang sama. Banyak kegiatan kemahasiswaan yang dapat mahasiswa ikuti seperti Senat Mahasiswa Universitas atau Fakultas, Dewan Mahasiswa Universitas atau Fakultas, Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Universitas atau Fakultas, dan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ).

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) adalah tempat bagi mahasiswa untuk menyalurkan bakat, minat, dan kemampuan dalam bidang tertentu. Saat masih di bangku sekolah, UKM dapat dikatakan sebagai ekstrakurikuler. UKM di UIN Walisongo dibagi menjadi dua tingkat, yakni UKM tingkat universitas dan UKM tingkat fakultas. UKM tingkat universitas atau yang lebih sering disingkat dengan UKM-U, memiliki anggota yang terdiri dari berbagai jurusan dan fakultas di UIN Walisongo. Sedangkan UKM tingkat fakultas hanya mencakup anggota dan kegiatan yang berada di dalam ranah fakultas saja. Menurut Amanat.id (2017), berbagai macam Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas (UKM-U) di UIN Walisongo sebagai berikut:

- a) UKM-U An-Niswa, merupakan salah satu UKM yang bergerak di bidang kajian gender, NAPZA dan seksualitas.
- b) UKM-U Musik, untuk mewujudkan mahasiswa UIN Walisongo agar mampu berkarya, mengekspresikan seni melalui musik dengan mengasah bakat.
- c) UKM-U Surat Kabar Mahasiswa Amanat (SKM Amanat), merupakan kegiatan pers mahasiswa di lingkup universitas.
- d) UKM-U WSC (Walisongo Sport Club), merupakan pengembangan bakat dan minat mahasiswa di bidang olahraga.

- e) UKM-U WEC (Walisongo English Club), merupakan sebuah komunitas yang fokus pada kajian belajar bahasa Inggris.
- f) UKM-U PSHT (Persaudaraan Setia Hati Terate), merupakan organisasi pencak silat.
- g) UKM-U Kempo, merupakan organisasi yang mempelajari olahraga bela diri kempo.
- h) UKM-U BKC (Bandung Karate Club), merupakan tempat bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan bakat dan seni karate.
- i) UKM-U Mawapala, merupakan kegiatan para pecinta alam untuk mengembangkan hobi mahasiswa.
- j) UKM-U KSR PMI, merupakan wadah bagi mahasiswa untuk turut serta dalam bagian pelaksanaan pertolongan pertama, kegiatan kemanusiaan, dan aksi sosial.
- k) UKM-U Teater Mimbar, merupakan organisasi yang mewadahi kegiatan-kegiatan kesenian terutama di bidang teater.
- l) UKM-U Kopma, merupakan koperasi mahasiswa yang memfasilitasi kegiatan ekonomi, bisnis, dan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.
- m) UKM-U Racana, merupakan kegiatan pramuka di tingkat perguruan tinggi.
- n) UKM-U Nafilah, merupakan komunitas yang berfokus pada kajian bahasa dan sastra Arab serta pengembangan keterampilan berbahasa.

Setiap fakultas yang ada di UIN Walisongo pasti memiliki UKM yang terdapat di fakultasnya masing-masing. Sama halnya dengan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) memiliki beberapa UKM yang diminati oleh mahasiswa Sosiologi dan Ilmu Politik yaitu:

- a) UKM Forsha (Forum Study Bahasa), merupakan kegiatan untuk mempelajari dan memperdalam pengetahuan Bahasa Inggris dan Bahasa Arab.
- b) UKM FISIP Entrepreneurship, merupakan kegiatan kewirausahaan yang dilakukan oleh mahasiswa Sosiologi dan Ilmu Politik.
- c) UKM QAI (Qur'an dan Amalan Islam), merupakan UKM dalam bidang keagamaan yang mempelajari A-Qur'an, rebana, mengaji kitab, dan kegiatan keagamaan lainnya.
- d) FSC (FISIP Sport Club), merupakan komunitas olahraga yang ada di FISIP seperti e-sport, basket, voli, tenis meja, badminton, dan futsal.
- e) LPM Reference, merupakan kegiatan mempelajari lebih dalam perihal pers mahasiswa.
- f) UKM KPS Bhinneka, merupakan UKM berbasis kesenian yang meliputi teater, musik, tari, pertunjukan sastra, dan seni rupa.

3. Interaksi Sosial

Di kampus yang ramai dan penuh semangat, mahasiswa Program Studi Sosiologi di UIN Walisongo sering terlibat dalam interaksi yang meliputi kegiatan akademik, kegiatan non-akademik, dan kegiatan sosial di berbagai bidang kehidupan kampus. Dalam kegiatan akademik, mahasiswa terlibat dalam seminar, diskusi, proyek kelompok, dan presentasi yang memungkinkan mahasiswa untuk berkolaborasi, berbagi ide, dan memperdalam pemahaman tentang berbagai topik akademik. Melalui interaksi ini, mahasiswa belajar untuk menghargai perspektif orang lain, memperluas pemahaman, dan mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif.

Selain kegiatan akademik, mahasiswa juga terlibat dalam berbagai kegiatan non-akademik, mulai dari mengikuti organisasi, UKM, dan kegiatan sosial. Mahasiswa juga terlibat dalam acara-acara kampus

seperti festival budaya, konser, turnamen olahraga, dan acara amal yang memberikan kesempatan mahasiswa untuk bersenang-senang, mempererat persahabatan, dan memperluas jaringan sosial di antara sesama mahasiswa.

Dengan berbagai kegiatan akademik dan non-akademik yang mahasiswa ikuti, mahasiswa Sosiologi di UIN Walisongo tidak hanya mendapatkan pengalaman yang berharga dalam pengembangan diri, tetapi juga memperkuat ikatan sosial mereka dalam komunitas kampus. Melalui berbagai aktifitas ini, mahasiswa belajar untuk menjadi individu yang berpengetahuan luas, peduli terhadap masyarakat, dan bertanggung jawab terhadap peran mahasiswa dalam membentuk masyarakat yang lebih adil dan beradab.

Selain berinteraksi secara langsung, berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti mahasiswa juga aktif berinteraksi melalui media sosial, mahasiswa Sosiologi menggunakan beragam platform media sosial untuk menjalin komunikasi, berbagi pengetahuan, serta terlibat dalam diskusi-diskusi yang memperkaya pengetahuan. Mahasiswa aktif menggunakan media sosial seperti WhatsApp, TikTok, Instagram, Twitter, dan Facebook untuk berinteraksi dengan sesama mahasiswa dan juga dengan dosen.

TikTok menjadi salah satu platform media sosial favorit di kalangan mahasiswa untuk berbagi momen-momen bersejarah selama studi mereka, mulai dari gambaran kegiatan akademik hingga momen-momen kebersamaan di luar ruang kelas. Mahasiswa menggunakan TikTok sebagai wadah untuk memamerkan kegiatan-kegiatan yang mahasiswa ikuti. TikTok juga menarik perhatian mahasiswa dengan beragam konten yang kreatif, menarik, menghibur, dan terlibat dalam tren terbaru.

Mahasiswa dapat dengan mudah berbagi video dengan teman-teman mereka. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk terlibat dalam komunitas yang luas dan bersenang-senang dalam prosesnya. Selain

sebagai media hiburan, TikTok juga menambah wawasan dalam hal *fashion*, melalui konten *spill outfit* yang menjadi salah satu tren populer di kalangan mahasiswa. Mahasiswa sering mengakses konten *spill outfit* sebagai sumber inspirasi untuk memadupadankan pakaian sehari-hari mereka. Dengan penggunaan yang bijak dan bertanggung jawab, mahasiswa Sosiologi memanfaatkan media sosial TikTok untuk mengekspresikan diri, menginspirasi orang lain, memperkuat koneksi sosial mahasiswa di dunia maya, dan memanfaatkan konten sesuai dengan kebutuhannya.

D. Profil Informan

Hanifah Nurul Shifa mahasiswa Sosiologi angkatan 2021, dengan nama akun @shifaaa menggunakan TikTok sebagai tempat mengisi waktu luang, terutama sebelum tidur. Informan menemukan kesenangan dalam mengeksplorasi konten *spill outfit* di TikTok untuk mendapatkan inspirasi gaya berbusana *casual* yang nyaman dan tetap modis dengan warna-warna *earth tone* dan pastel seperti coklat, krem, atau *dusty* menjadi pilihan warna aman yang sering digunakan informan dalam gaya berbusana sehari-hari. Dalam mengelola *budget* belanja pakaian, informan cenderung bijak. Informan selektif dalam berbelanja, tidak harus menggunakan pakaian yang mahal atau bermerek tetapi informan mementingkan kenyamanan dan kecocokan. Sebagai penggemar *fashion* di TikTok, informan mengikuti akun @miryimmiril yang menjadi salah satu sumber referensi gaya berbusana. Mereka memberikan tips gaya sehari-hari dengan pakaian yang *affordable* namun tetap terlihat *stylish*. Informan mengikuti akun tersebut untuk terus mendapatkan ide baru terkait gaya berbusana *casual* yang sesuai dengan kepribadiannya.

Siti Muaviva Ainul Alvia berasal dari Kabupaten Lamongan, mahasiswa Sosiologi angkatan 2021. Pengguna akun TikTok dengan username @itsme.alpi, sering menggunakan TikTok untuk mencari hiburan dan sebagai referensi *outfit* untuk sehari-hari melalui konten *spill outfit*. Salah satu *influencer* yang menjadi panutannya yaitu @disyaayunda

yang menampilkan gaya berbusana yang simple namun *fashionable*. Dalam berbelanja pakaian, informan sering mencari promo atau diskon agar bisa mendapatkan pakaian dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini membantu informan tetap tampil *trendy* tanpa harus menguras isi dompet.

Intan Berliana mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 yang berasal dari Kabupaten Blora, menjadi pemilik akun TikTok dengan nama pengguna @iniaku. Gaya berbusana yang didominasi yaitu feminine style yang memancarkan keanggunan dengan perpaduan warna yang cerah, untuk menambahkan sentuhan keberanian pada penampilannya. Meski memiliki selera *fashion* yang *trendy*, informan tetap memperhatikan anggaran belanja pakaian. Informan memperhatikan desain, kualitas, dan merek saat berbelanja pakaian. Dalam memilih gaya berbusana, informan sering mengambil inspirasi dari beberapa akun TikTok yang menjadi panutan. Salah satunya adalah akun @kar.loveee yang memadupadankan busana simple namun terlihat *stylish*.

Vita Meirza Pramesti Dewi mahasiswa Sosiologi angkatan 2022, berasal dari Kabupaten Blora. Pengguna TikTok aktif dengan nama akun @vitamirza, menyukai gaya berbusana casual style, feminim style dan menyesuaikan busana setiap acara. Informan sering menghabiskan waktunya untuk menjelajahi TikTok, salah satunya konten *spill outfit* untuk mendapatkan inspirasi terbaru. Informan senang *mix and match* pakaian yang sedang tren saat ini. Sebagai pengguna TikTok yang aktif, informan mengikuti akun-akun *fashion* seperti @inikiranaaa__ yang memberikan inspirasi gaya berbusana sehari-hari. *Influencer* menjadi panutan bagi informan dalam mengeksplorasi gaya dan tren terkini. Dengan mengikuti akun tersebut, informan dapat tetap *update* dengan perkembangan *fashion* global dan mengaplikasikannya dalam gaya berbusana sehari-harinya.

Very Andriawan angkatan 2022 mahasiswa Sosiologi yang berasal dari DKI Jakarta, dengan nama akun @very_adrawan, informan menggunakan

platform TikTok sebagai media hiburan saat bosan. TikTok menjadi teman setia untuk mengeksplorasi dunia *fashion*, khususnya gaya berbusana *vintage* yang menjadi favorit informan. Gaya berbusana *vintage* dengan sentuhan modern adalah ciri khas penampilan saya. Perpaduan warna yang cenderung aman, seperti nuansa *earth tone*, untuk tetap memberikan kesan *vintage* namun terlihat elegan. Dalam mengatur *budget* belanja pakaian, informan menetapkan *budget* maksimal Rp 300.000 untuk berbelanja pakaian. Sebagai penggemar *fashion vintage*, informan mengikuti @delvinyauu yang menjadi salah satu sumber inspirasi gaya berbusana. Informan mendapatkan tips memadukan pakaian *vintage* dengan item modern, sehingga mengenakan gaya berbusana *vintage* tetap *fresh* dan terkini.

Adenta Saputra Aga Yudistira mahasiswa Sosiologi angkatan 2022 berasal dari Kota Semarang, dengan nama akun TikTok @adenta sering menggunakan platform TikTok untuk mengisi waktu luang dan menemukan inspirasi gaya berbusana casual. Gaya berbusana yang santai dan nyaman namun tetap modis menjadi pilihan utama informan. Sebagai pengguna TikTok, informan senang melihat konten *spill outfit* dan akun @fazmif yang memberikan ide-ide kreatif dalam memilih dan memadukan pakaian, sesuai dengan gaya mahasiswa yang ingin tampil modis namun tetap praktis.

E. Profil Akun *Influencer* TikTok Konten *Spill Outfit*

Akun TikTok dengan nama pengguna @miryimniril adalah *influencer fashion* dengan gaya berbusana *casual* yang begitu *stylish* dan memikat, memiliki jumlah pengikut sebanyak 128,6 ribu dan jumlah suka mencapai 4,4 juta, Akun ini menarik perhatian pengguna TikTok dengan konten-konten yang inovatif dan kreatif. *Influencer* akun ini memperlihatkan keahlian dalam *mix and match* pakaian, menunjukkan cara-cara yang unik untuk menggabungkan busana dengan gaya yang penuh gaya dan tetap santai. Dalam setiap kontennya, @miryimniril juga menambahkan alunan musik yang sedang viral di TikTok, sehingga

membuat kontennya semakin menarik. Pengguna TikTok dapat menikmati inspirasi gaya berbusana yang *fresh* dan *up-to-date*.

Akun TikTok dengan *username* @disyaayunda membawa konsep gaya berbusana yang simpel namun tetap modis, memberikan inspirasi bagi *followers* yang mengutamakan kenyamanan dalam setiap aktivitas sehari-hari. Memiliki jumlah pengikut sebanyak 71,5 ribu dan jumlah suka mencapai 3,4 juta. Akun ini menampilkan konten *mix and match* pakaian dalam beberapa penampilan, memberikan ide kreatif tentang cara menggabungkan pakaian secara sederhana namun tetap *stylish*. Gaya berbusana yang disajikan oleh @disyaayunda berfokus pada kenyamanan, menjadikan pilihan yang ideal untuk aktivitas mahasiswa sehari-hari.

Username TikTok @kar.loveee dengan jumlah pengikut sebanyak 441,3 ribu dan jumlah suka mencapai 16,3 juta, menjadi salah satu akun favorit bagi pecinta *fashion* yang menyukai keindahan dan keanggunan dalam gaya berbusana. *Influencer* ini membawa nuansa anggun dan *feminine* dalam dunia berbusana, menampilkan gaya yang memancarkan keanggunan. Akun ini menampilkan konten *Outfit of the Day* (OOTD) yang sangat kekinian, memberikan pengikutnya inspirasi dalam hal gaya berbusana yang selalu *update*. Keunikan dari konten *spill outfit* yang dibagikan adalah mencantumkan nomor bio pakaian di *caption*, sehingga memudahkan *followers* untuk mengetahui dan membeli pakaian yang dikenakan dalam setiap video.

Akun TikTok dengan nama pengguna @inikiranaaa__ menghadirkan gaya *feminine* yang khas, menawarkan inspirasi *fashion* bagi pengikutnya yang mencari tampilan anggun dan modis. Memiliki pengikut sebanyak 269,6 ribu dan jumlah suka mencapai 4,9 juta. Akun ini menampilkan konten rekomendasi beberapa pakaian dalam satu video, memberikan ide *outfit* yang variatif untuk berbagai kegiatan atau acara. Keunikan dari @inikiranaaa__ adalah memberikan keterangan tinggi badan dan berat badannya di bio untuk memberikan gambaran jelas mengenai ukuran pakaian yang dikenakannya. Hal ini memudahkan

followers untuk membayangkan apakah pakaian tersebut cocok dengan postur tubuh mereka.

Username TikTok @delvinyauu membawa nuansa *vintage* dalam gaya berbusana, menjadi pusat inspirasi bagi pengikutnya yang menyukai estetika klasik namun tetap modis. Memiliki jumlah pengikut sebanyak 317,7 ribu dan jumlah suka mencapai 9,3 juta. Akun ini menampilkan konten *Outfit of the Day* (OOTD) dengan sentuhan *vintage*, menciptakan suasana yang membawa pengikutnya kembali ke era tertentu namun dengan kesan yang tetap *up-to-date*. Akun ini mempertahankan tema *vintage* dalam setiap kontennya. @delvinyauu dengan jelas menghadirkan keindahan gaya *vintage* namun tetap menampilkan gaya berbusana yang *fashionable*.

Akun TikTok dengan nama pengguna @fazmif_ menampilkan gaya berbusana yang *up-to-date*, menjadi sumber inspirasi bagi pengikutnya yang mencari gaya berbusana yang keren dan terkini. Memiliki jumlah pengikut sebanyak 696,9 ribu dan jumlah suka mencapai 28,1 juta. Akun ini menampilkan konten *Outfit of the Day* (OOTD) yang tidak hanya selalu *trendy* tetapi juga memperlihatkan pakaian yang *stylish* dan mencuri perhatian. @fazmif_ berbagi koleksi pakaian yang digunakan dalam setiap kontennya, dengan menyertakan link website di bio akunnya. Hal ini memberikan akses langsung kepada pengikut untuk mengeksplorasi dan membeli pakaian yang ditampilkan dalam kontennya.

BAB IV
KONTEN *SPILL OUTFIT* DAN LATAR BELAKANG
MAHASISWA MEMILIH TIKTOK SEBAGAI REFERENSI GAYA
BERBUSANA

A. Konten *Spill Outfit* Sebagai Referensi Gaya Berbusana

1. Jenis Konten *Spill Outfit*

Konten *spill outfit* mencakup beragam jenis konten yang menyoroti gaya berbusana di berbagai platform media sosial yang bertujuan untuk membagikan inspirasi, tips, dan informasi seputar tren gaya berbusana kepada para pengikut di platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Pinterest. Konten *spill outfit* ramai dibicarakan oleh kaum muda khususnya mahasiswa yang sangat mempedulikan gaya berbusana. Saat ini banyak *influencer* yang berkarya di media sosial dengan mempopulerkan atau membuat konten berbagai gaya *fashion* terkini karena penampilan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi pengguna media sosial dan gaya berbusana merupakan hal yang juga dibutuhkan oleh pengguna media sosial. Konten *spill outfit* berisi mengenai *trend fashion* yang lagi viral seperti baju, celana, tas, sepatu, dan semacamnya. Salah satu jenisnya adalah postingan konten *Outfit of The Day* atau yang lebih dikenal dengan istilah OOTD. Konten ini memperlihatkan *style* dari aksesoris hingga alas kaki yang sedang dikenakan sehari-hari ataupun pada saat ada acara tertentu (Rohana, 2023). Konten *spill outfit* dengan tema OOTD banyak digemari oleh mahasiswa khususnya mahasiswa Sosiologi FISIP UIN Walisongo karena mahasiswa dapat melihat kombinasi pakaian yang modis, sekaligus memberikan pandangan mengenai tren mode terkini. Hal ini sesuai dengan pernyataan mahasiswa yang menyampaikan bahwa:

"Aku suka lihat konten video atau foto OOTD soalnya aku suka lihat *outfit* orang-orang di TikTok. Jadi konten OOTD

yang sering aku lihat kebanyakan memperlihatkan *outfit* yang sederhana dan nyaman jadi cocok buat dipakai kegiatan ngampus. Walaupun kelihatannya sederhana tapi penampilannya tetap bagus dan keren. Aku gak terlalu mempermasalahin mau bentuknya video atau foto si kak, karena aku cuma sekedar lihat gimana penampilan *outfit*-nya jadi mau video atau foto menurutku sama-sama oke" (Intan Berliana, mahasiswa Sosiologi 2022).

Kesimpulan dari wawancara di atas menjelaskan bahwa mahasiswa Sosiologi menyukai konten OOTD karena menikmati penampilan gaya berbusana orang-orang di TikTok. Konten OOTD yang paling diminati mahasiswa adalah yang menampilkan *outfit* simpel dan nyaman, cocok untuk kegiatan sehari-hari seperti pergi ke kampus. Meskipun terlihat sederhana, mahasiswa mengapresiasi bahwa penampilan tetap terlihat bagus dan keren. Mahasiswa mengatakan bahwa menonton konten OOTD merupakan kegiatan yang menyenangkan dan tidak terlalu mempermasalahakan apakah kontennya dalam bentuk video maupun foto karena ia hanya ingin melihat gaya berbusana yang digunakan. Selaras dengan pernyataan yang disampaikan oleh Very mengenai konten OOTD yang banyak dicari oleh mahasiswa yaitu:

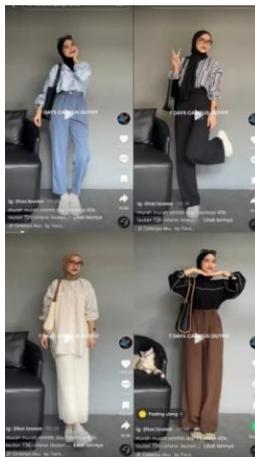
“Aku biasanya nonton konten *spill outfit* yang menampilkan gaya kasual dan santai, walaupun pakai baju yang simpel tapi tetap kece, misalnya kemeja dipaduin sama celana jeans atau celana cargo. Selain fokus ke baju, di kontennya juga nambahin aksesoris kayak sepatu, topi, atau gelang biar tambah keren. Konten-konten kayak gitu sering kasih aku ide baru buat paduin baju yang aku punya buat *outfit* ke kampus jadi gak bikin bosen.” (Very Andriawan, mahasiswa Sosiologi 2022).

Dari hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa mahasiswa Sosiologi mengakses konten *spill outfit* dengan gaya kasual dan santai. Mahasiswa menekankan pentingnya pakaian sederhana yang tetap

terlihat keren dengan perpaduan yang tepat. Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut memberikan inspirasi baru bagi mahasiswa dalam memadukan pakaian untuk kegiatan ngampus dengan gaya kasual yang tetap *stylish* dan menarik.

Dengan menggunakan TikTok, mahasiswa dapat menjelajahi berbagai konten yang dibagikan oleh pengguna lain, termasuk foto atau video yang menampilkan gaya berbusana. Konten *spill outfit* dengan tema *Outfit of the Day* (OOTD) menjadi favorit di kalangan mahasiswa karena memungkinkan mahasiswa untuk mengungkapkan gaya pribadi mereka melalui pemilihan pakaian sehari-hari. Mahasiswa sering mencari referensi gaya berbusana yang sesuai dengan kehidupan kampus dan tetap menaati peraturan berbusana di kampus. Dengan menyaksikan konten OOTD, mahasiswa dapat melihat kombinasi pakaian yang kreatif dan praktis, memberikan ide baru untuk tampil modis dalam suasana yang santai. Selain itu, konten OOTD sering memberikan informasi praktis tentang merek atau gaya tertentu yang populer di kalangan mahasiswa. Dapat dikatakan bahwa konten *spill outfit* OOTD memberikan pengalaman berbagi dan mengeksplorasi gaya berbusana yang sesuai dengan gaya hidup dinamis mahasiswa.

Gambar 1. Konten OOTD Ngampus



Sumber: Akun TikTok @kar.loveee

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa aktif mencari dan melihat konten OOTD untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan mahasiswa untuk mengetahui informasi seputar gaya berbusana di media sosial. Hal ini sesuai dengan penjelasan Blumler dan Katz (1974) dalam Teori *Uses and Gratification* yang mengatakan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, khalayak menggunakan media yang akan khalayak digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan menyaksikan konten OOTD, mahasiswa mengambil peran aktif dalam menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mahasiswa. Ini membuktikan bahwa mahasiswa menggunakan TikTok tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga memenuhi kebutuhan dan keinginan mahasiswa dalam mengembangkan gaya berpakaian mereka.

Dengan menggunakan TikTok mahasiswa sosiologi dapat memperoleh informasi dan menambah wawasan terkait gaya berbusana melalui konten yang dibagikan oleh *influencer*. Konten *spill outfit* memiliki banyak referensi gaya berbusana yang dapat membantu para *viewers* untuk menemukan dan membeli produk pakaian yang menarik. Dalam konten *spill outfit*, *viewers* dapat melihat kualitas pakaian melalui konten video tersebut dengan penjelasan informasi di dalamnya (Safitri, & Arviani, 2023). Dalam konten *spill outfit*, biasanya tidak hanya menunjukkan tampilan depan pakaian, tetapi juga memberikan pandangan menyeluruh, seperti bagian belakang dan detail lainnya. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai desain, bahan, dan detail pakaian yang ditampilkan. Selaras dengan yang disampaikan oleh Vita ialah:

“Aku suka konten *spill outfit* yang nge-review pakaian, jadi aku bisa tau kualitasnya kayak gimana jadi aku bisa tau bagus atau nggaknya sebelum beli dan aku bisa jadi ada gambaran kalau dipakai langsung sama *influencer*-nya kira-kira bakal cocok gak

kalau aku pakai pakaian itu” (Vita Meirza Pramesti Dewi, mahasiswa Sosiologi 2022).

Hasil wawancara di atas, mahasiswa Sosiologi menyatakan ketertarikannya terhadap konten *spill outfit* yang memberikan ulasan mengenai pakaian. Alasan utamanya adalah untuk mendapatkan informasi tentang kualitas pakaian sebelum membeli, sehingga dapat membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas. Selain itu, mahasiswa juga menyukai aspek *influencer* yang memakai langsung pakaian tersebut, karena hal ini memberikan gambaran apakah pakaian tersebut sesuai dengan gaya pribadi mahasiswa.

TikTok memberikan kesempatan bagi mahasiswa Sosiologi untuk mengamati tren mode terkini dan memahami variasi gaya berbusana di berbagai konteks. Mahasiswa sosiologi dapat menyaksikan bagaimana gaya berbusana berkembang dan berubah dari waktu ke waktu, serta melihat bagaimana tren tertentu dipengaruhi oleh peristiwa sosial atau budaya. Dengan mengikuti konten *outfit* yang dibagikan oleh pengguna media sosial yang kreatif dan pelaku industri mode terhadap tren mode terkini, memberikan akses kepada mahasiswa untuk memahami perubahan-perubahan dalam selera dan preferensi gaya berbusana. Sesuai dengan konteks di atas mengenai evolusi gaya berbusana di masyarakat dalam hasil wawancara dengan Vita yaitu:

“Jadi sebelumnya kan kalau pakai pakaian harus matching ya warnanya biar enak dilihatnya, semisal warna hijab disamaain sama baju atau bawahannya, bisa juga pilih perpaduan warnanya yang cocok gitu. Tapi kalau sekarang justru banyak yang perpaduan warna *outfit*-nya nabrak yang berani warna atau biasanya pakai istilah cewek kue. Menurutku penggunaan *outfit* dengan yang penuh warna itu inspirasinya balik lagi ke zaman dulu, soalnya setahuku dulu itu warna pakaiannya yang full color gitu. Tapi sekarang *outfit* warna-warna cerah alias cewek kue banyak disukai sama anak muda” (Vita Meirza Pramesti Dewi, mahasiswa Sosiologi 2022).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa seiring berjalannya waktu, tren dalam dunia berbusana mengalami perubahan yang mencolok. Awalnya, ada kecenderungan untuk memilih pakaian dengan padanan warna yang serasi. Namun, tren saat ini justru menunjukkan pergeseran ke arah yang lebih berani dan eksperimental, dimana orang banyak

memilih perpaduan warna yang kontras atau lebih dikenal dengan istilah "cewek kue". Menurut mahasiswa, penggunaan *outfit* dengan warna yang mencolok memberikan nuansa inspiratif yang membawa kita kembali ke zaman dulu, dimana pakaian dengan warna-warna cerah begitu populer. Saat ini, tren ini kembali diterima dengan antusiasme oleh anak muda. Hal ini menandakan bahwa ada ketertarikan kembali pada gaya berbusana yang ceria dan penuh warna, menciptakan suatu *nostalgic fashion statement* yang menarik bagi generasi saat ini. Seperti hasil wawancara yang disampaikan oleh Very mengenai informasi *fashion* dahulu yang saat ini populer lagi di kalangan mahasiswa sebagai berikut:

“Aku tahu *vintage* style sebagian besar dari konten *outfit* di sosial media. Banyak yang suka share foto OOTD dengan gaya *vintage*. Pakaian yang punya nuansa *vintage* yang lagi viral kalau yang pernah aku lihat itu kayak vest, kemeja flannel, celana corduroy, jaket varsity, terus yang pakai baju dimasukin ke celana ditambah pakai sabuk itu juga nambah suasana *vintage*” (Very Andriawan, mahasiswa Sosiologi 2022).

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang *vintage* style oleh mahasiswa banyak diperoleh melalui konten *outfit* di media sosial, khususnya melalui foto *Outfit of the Day* atau OOTD yang menampilkan gaya berpakaian dengan sentuhan *vintage*. Gaya *vintage* berciri khas dengan model busana di era 70-90an. Menurut Katherine Sorrell dalam bukunya yang berjudul “*The vintage modern home*”, gaya *vintage* adalah sesuatu yang bersifat publik dan sosial dengan fokus pada gaya berbusana desain atau style. Meskipun terlihat seperti pakaian pada zaman dulu, namun gaya *vintage* tidak pernah kehilangan popularitasnya (Hadi & Ritonga, 2023). *Vintage* masih banyak disukai karena bisa dipadukan dengan gaya berbusana saat ini. Melalui percobaan kombinasi warna dan model, gaya *vintage* tetap menjadi favorit, seperti mencoba menggabungkan warna dan model lebih kece dan *stylish*. Pakaian dengan nuansa *vintage* yang sedang populer saat ini, seperti vest, kemeja flannel, celana corduroy

dan lain-lain menjadi daya tarik tersendiri dalam menciptakan suasana *vintage*.

Gambar 2. Gaya Berbusana *Vintage*



Sumber: Dokumentasi Very Andriawan

Konten *outfit* berperan penting dalam memperkenalkan dan menyebarkan tren busana di kalangan mahasiswa. Melalui konten *outfit*, mahasiswa menjadi *update* mengenai gaya berbusana, sehingga mengetahui pakaian apa saja yang sedang viral atau populer saat ini. *Fashion* merupakan gaya berbusana yang mengubah seseorang mengikuti budaya yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Bagi para pecinta busana, sudah menjadi keharusan bagi mereka dalam meng-*update* gaya busana terkini. Gaya busana yang selalu berubah mengikuti perkembangan tren terkini membuat para *fashionista* terus memperbaharui gaya busananya sesuai dengan gaya yang sedang populer.

Gaya berbusana merupakan salah satu tren yang sering diikuti oleh mahasiswa. Mereka sering mengikuti model *fashion* yang sedang menjadi tren untuk mendukung penampilan mereka. Pada dasarnya gaya pakaian itu memiliki pengaruh yang cukup besar dan dapat mewakili kepribadian seseorang. Karena itu bisa bebas berekspresi melalui busana. Gaya berbusana dapat disebut sebagai identitas pribadi karena mencerminkan siapa kita, sama seperti identitas sosial

mencerminkan identitas antar komunitas sosial atau kelompok (Rahmawati, 2022). Saat ini, gaya berbusana tidak hanya menjadi kebutuhan sebagai penutup badan tetapi busana dianggap sebagai salah satu alat komunikasi non-verbal, mahasiswa dapat menyampaikan pesan dan mengekspresikan identitas mereka kepada publik atau orang-orang di sekitarnya. Gaya berbusana dapat menjadi ekspresi kreativitas dan identitas diri bagi mahasiswa, memungkinkan mereka untuk mengekspresikan kepribadian dan nilai-nilai mereka melalui pilihan pakaian. Oleh karena itu, bagi mahasiswa gaya berbusana bukan sekadar pakaian, melainkan merupakan sarana efektif untuk berkomunikasi dengan sesama mahasiswa, dosen, dan mungkin juga dengan pihak luar kampus. Selain itu, berbusana dengan baik juga dapat memberikan rasa percaya diri dan meningkatkan citra diri, yang penting dalam menghadapi tantangan akademik dan sosial di lingkungan kampus. Seperti hasil wawancara yang disampaikan oleh Hanifah sebagai berikut:

“Menurutku, berbusana itu benar-bener bisa ngaruh ke kepercayaan diri si kak. Misalnya, pas aku pake baju yang aku suka atau *outfit* yang nyaman, rasanya kan jadi lebih pede. Kadang, itu kayak semacam mood booster gitu kak. Karena aku suka gaya yang casual jadi aku pede waktu aku pakai baju yang nyaman. Gak harus selalu ikutin tren atau pake baju mahal yang penting cocok sama aku aja si kak, kalau dipaksa pake baju *vintage* atau skena gitu jujur aku gak pantes dan jadi gak pede kalo dipaksain pakai itu. Terus kalau lagi down atau gak mood, biasanya aku pakai baju yang warnanya gelap, jadi *outfit*-nya aku sesuaiin sama mood aku hari itu. Kalau mood ku lagi bagus aku pakai warna-warna yang cerah” (Hanifah Nurul Shifa, mahasiswa Sosiologi 2021).

Kesimpulan wawancara di atas menjelaskan bahwa mahasiswa mengakui bahwa berbusana memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan diri. Penggunaan pakaian yang disukai dan nyaman menjadi kunci untuk meningkatkan rasa percaya diri, seolah-olah memberikan dorongan semangat atau *mood booster*. Setiap orang memiliki gaya berbusana yang berbeda-beda dan membuatnya merasa lebih percaya diri. Pentingnya kesesuaian dalam berbusana dengan kepribadian dan preferensi mahasiswa diakui sebagai faktor utama

untuk menciptakan kepercayaan diri yang kuat. Cara seseorang berpakaian dapat memengaruhi cara mereka melihat diri sendiri dan bagaimana orang lain melihat mereka. Memakai busana yang sesuai dengan selera dan kenyamanan pribadi dapat meningkatkan rasa percaya diri karena individu merasa lebih baik saat tampil sesuai dengan gaya dan identitas mereka. (Sholikhah, 2020). Selain berfungsi sebagai penunjang kepercayaan diri, gaya berbusana berbusana juga sebagai ungkapan diri dan alat untuk menyampaikan pesan tanpa kata-kata. Seperti menggunakan warna pakaian sesuai dengan suasana hati mahasiswa. Gaya berbusana menjadi sarana bagi mahasiswa untuk secara kreatif mengekspresikan identitas dan kepribadian mereka. Setiap pilihan pakaian, aksesoris, dan gaya tertentu mencerminkan preferensi pribadi, nilai-nilai, dan bahkan minat seni mahasiswa. Mahasiswa sering menggunakan *fashion* sebagai bentuk ekspresi diri, memilih pakaian yang mencerminkan kepribadian mereka, dan menunjukkan bagian dari jati diri mereka kepada dunia luar.

Mahasiswa aktif memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi untuk mengetahui tren busana yang sedang populer setiap saatnya. Selain mendapatkan informasi melalui konten OOTD, mahasiswa juga menyukai konten *mix and match* dan rekomendasi produk pakaian, TikTok menjadi wadah interaktif yang memungkinkan mahasiswa untuk eksplorasi dan mendapatkan pandangan baru terkait dunia mode. Melalui beragam konten yang dihasilkan oleh para pengguna dan *influencer* di TikTok, mahasiswa dapat dengan cepat menangkap perkembangan terbaru dalam dunia *fashion*, menemukan gaya-gaya yang sesuai dengan preferensi mereka, dan bahkan memahami cara memadupadankan yang kreatif. Seperti yang disampaikan oleh Siti yaitu:

“Aku suka lihat konten *mix and match* di TikTok. Kebanyakan dari situ kan ada ide-ide kreatif buat perpaduin baju sama aksesoris atau item lain jadi penampilan yang biasanya biasa aja jadi kelihatan *stylish*. Semisal nih kak di konten, *influencer mix and match* satu kemeja jadi beberapa tampilan yang berbeda. Jadi, bisa banget buat

variasi pakaian tanpa harus belanja. Kadang aku coba ngikutin *mix and match* yang mereka saranin. Ada yang berhasil, ada yang enggak. Ada juga konten yang suka ngasih tips perpaduan warna pakaian yang *matching*. Jadi aku lebih tahu perpaduan warna apa aja yang pas dan bagus” (Siti Muaviva Ainul Alvia, mahasiswa Sosiologi 2021).

Kutipan wawancara di atas menunjukkan bahwa konten *mix and match* di TikTok memberikan ide-ide kreatif untuk memadupadankan pakaian dengan aksesoris atau item lain untuk menciptakan tampilan yang *stylish* tanpa perlu berbelanja baru. Dengan mengikuti tips dan trik dari konten tersebut, mahasiswa merasa berhasil dalam menciptakan variasi pakaian yang sebelumnya terlihat biasa menjadi lebih menarik. Selain itu, konten yang membahas perpaduan warna juga memberikan pemahaman lebih dalam tentang kombinasi warna yang cocok dipadukan. Berbeda dengan yang disampaikan oleh Hanifah dalam wawancaranya yaitu:

“Aku juga suka lihat konten rekomendasi pakaian kak. Jadi misalnya kalau lagi pengen cari sweater aku tinggal ngetik aja. Terus nanti muncul deh konten-konten rekomendasi sweater, biasanya dalam satu konten udah ada beberapa tumpukan sweater jadi nanti di akhir video bakal dilihatin sweaternya satu per satu. Jadi lebih efisien, nggak susah buat nyarinya” (Hanifah Nurul Shifa, mahasiswa Sosiologi 2021).

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa mahasiswa menyukai konten rekomendasi pakaian. Menurutnya, fitur pencarian memudahkan pencarian spesifik seperti mencari sweater. Dengan hanya mengetik kata kunci, konten-konten rekomendasi sweater muncul, seringkali dalam satu video dengan beberapa tumpukan sweater. Pendekatan ini dianggap efisien karena mempermudah proses pencarian dan memungkinkan mahasiswa untuk melihat variasi sweater dalam satu konten.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh mahasiswa Sosiologi terkait konten *spill outfit* yang sering diakses mahasiswa menunjukkan penerapan asumsi dasar Teori *Uses and Gratification* dari Blumler dan Katz (1974) dalam khalayak aktif dan penggunaan

media berorientasi pada tujuan, khalayak mempunyai suatu hal yang ingin dicapai dengan menggunakan media. Mahasiswa sebagai khalayak aktif, memanfaatkan media sosial seperti TikTok sebagai sarana untuk memenuhi tujuan spesifik mereka terkait gaya berbusana. Mahasiswa tidak hanya menjadi pasif dalam mengkonsumsi konten, tetapi juga aktif mencari konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi gaya busana mereka. Ketika mahasiswa membuka TikTok, mahasiswa memiliki tujuan untuk mencari referensi busana dan mengetahui tren terkini. Dalam aspek orientasi pada tujuan, mahasiswa menggunakan TikTok dengan maksud tertentu, seperti memperoleh ide untuk memadupadankan pakaian, mencari ulasan produk, atau sekadar mengikuti perkembangan *fashion* terkini. Mahasiswa memiliki keinginan untuk mendapatkan manfaat konkret dari penggunaan TikTok dalam konteks gaya berbusana. Dengan menjadi khalayak aktif dan berorientasi pada tujuan, mahasiswa menciptakan pengalaman yang lebih terarah dan memaksimalkan potensi TikTok sebagai sumber informasi gaya berbusana yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Selanjutnya asumsi dasar Blumler dan Katz (1974), yang menyatakan bahwa inisiatif untuk mendapatkan kepuasan dari media ditentukan oleh khalayak. Khalayak aktif yaitu mencari informasi dari media berdasarkan kehendak, kebutuhan, dan motif yang dimilikinya. Hal ini dapat dihubungkan secara relevan dengan mahasiswa yang menggunakan TikTok untuk mencari informasi gaya berbusana. Dalam konteks ini, mahasiswa memanfaatkan inisiatif mereka untuk mengakses TikTok sebagai sumber informasi gaya berbusana. Mahasiswa secara aktif mencari dan mengeksplorasi konten yang sesuai dengan minat mereka terkait tren *fashion*, inspirasi gaya, dan tips berbusana. Dengan mengambil inisiatif ini, mahasiswa menentukan arah dan fokus dari konsumsi media mereka, menggambarkan bahwa mahasiswa memiliki kontrol atas jenis

informasi yang mereka terima dan bagaimana informasi tersebut memenuhi kepuasan pribadi mereka. Pentingnya inisiatif dalam konteks ini juga mencerminkan bahwa mahasiswa tidak hanya menerima apa yang secara pasif ditawarkan oleh TikTok, tetapi mereka secara aktif terlibat dalam proses pencarian informasi dan jenis konten yang akan ditayangkan di FYP TikTok mahasiswa.

2. Interaksi Mahasiswa dengan Konten *Spill outfit*

Era digital saat ini yang kreatif dan dinamis, TikTok telah menjadi panggung utama bagi mahasiswa untuk mengekspresikan dan mengeksplorasi gaya berbusana melalui konten *spill outfit*. Mahasiswa saat ini tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga aktif berinteraksi dengan konten *spill outfit* di TikTok. Mahasiswa tidak hanya menyaksikan secara visual, tetapi juga terlibat dalam berbagai bentuk interaksi seperti memberikan komentar, menyukai, menyimpan, dan membagikan konten. Fitur *like* dan *save* memberikan indikasi sejauh mana konten dianggap menarik dan relevan oleh mahasiswa (Sari & Mahendra, 2021). Semakin banyak jumlah *like* dan *save*, semakin besar kemungkinan konten tersebut akan ditemukan oleh mahasiswa lainnya. Selain itu, fitur membagikan konten menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki nilai yang layak dibagikan kepada teman atau pengikut, meningkatkan popularitasnya. Interaksi mahasiswa dengan konten *spill outfit* di TikTok tidak hanya menciptakan ikatan antar pengguna, tetapi juga memberikan dampak langsung pada popularitas konten. Begitupun interaksi yang dilakukan oleh Vita dalam sebuah konten di TikTok yaitu:

“Jadi kalau lagi scroll TikTok nemu konten *spill outfit* yang bagus biasanya aku pasti langsung like kak videonya. Itu kayak cara aku nunjukin apresiasi ke kreatornya, sih. Terus, kalau ada yang bener-bener oke dan aku mau coba gayanya, pasti aku save videonya. Jadi kalau lagi bingung mau pake baju apa, tinggal buka postingan TikTok yang aku save buat referensi. Buat aku like dan save itu kayak bentuk interaksi buat nunjukin aku suka sama ide *fashion* yang mereka share di TikTok” (Vita Meirza Pramesti Dewi, mahasiswa Sosiologi 2022).

Dari wawancara di atas terlihat bahwa mahasiswa Sosiologi menggunakan fitur *like* dan *save* di TikTok sebagai bentuk apresiasi terhadap konten *spill outfit* yang mahasiswa lihat. Proses ini bukan hanya sekadar menunjukkan dukungan terhadap *influencer*, tetapi juga sebagai cara praktis untuk mengumpulkan ide-ide busana yang mahasiswa sukai. Bagi mahasiswa, fitur *like* adalah ekspresi langsung dari ketertarikan terhadap gaya busana tertentu, sementara fitur *save* menjadi arsip pribadi yang membantu mahasiswa ketika ingin mencoba gaya tertentu atau sedang mencari referensi saat bingung memilih pakaian.

Gambar 3. Menyukai Konten *Spill outfit*



Sumber: *Screenshot* Infroman Vita

Selain menggunakan fitur *like* dan *save* sebagai bentuk interaksi aktif di TikTok, mahasiswa juga memberikan komentar pada konten *spill outfit*. Komentar ini tidak hanya menjadi wujud apresiasi terhadap kreasi dan gaya busana yang ditampilkan oleh *influencer*, tetapi juga menjadi jalur komunikasi langsung antara mahasiswa dan pembuat konten. Dengan memberikan komentar, mahasiswa dapat menyampaikan pendapat, bertanya tentang merek, warna, atau detail lainnya terkait pakaian yang ditampilkan dalam konten *spill outfit*. Komentar mahasiswa yang mengandung permintaan seperti "*spill*" menunjukkan antusiasme mahasiswa terhadap konten *spill outfit* yang

sedang dilihat. Permintaan untuk "*spill*" atau membagikan lebih banyak detail tentang *outfit* yang ditampilkan merupakan cara mahasiswa terlibat secara langsung dengan konten tersebut. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara mahasiswa dan *influencer*. Seperti yang dinyatakan oleh salah satu mahasiswa Sosiologi yaitu Intan sebagai berikut:

“Aku jarang si kak komen di konten *spill outfit*. Soalnya kadang di kolom komentar pengguna lain udah ada yang komen dan udah dijawab juga sama pembuat kontennya jadi aku tinggal mantau aja. Tapi aku pernah sekali komen “*spill roknya dong*”, karena waktu itu belum ada keterangannya beli dimana jadi aku coba komen aja” (Intan Berliana, mahasiswa Sosiologi 2022).

Kutipan wawancara di atas menunjukkan bahwa mahasiswa jarang aktif memberikan komentar di konten *spill outfit*. Alasannya karena adanya komentar dari pengguna lain yang telah mengungkapkan pertanyaan atau keinginan yang serupa, dan pembuat konten sudah memberikan jawaban. Oleh karena itu, mahasiswa lebih memilih untuk hanya melihat kolom komentar. Meskipun demikian, ada satu kejadian dimana mahasiswa merasa tertarik dan penasaran dengan suatu item dan pada saat itu informasi tentang tempat pembelian belum tertera, sehingga mahasiswa meninggalkan komentar. Dapat dikatakan bahwa partisipasi aktif mahasiswa dalam memberikan komentar cenderung terjadi dalam situasi-situasi yang sangat spesifik dan menarik perhatiannya secara langsung.

Gambar 4. Komentar *Spill Outfit*



Sumber: Akun TikTok @disyaayunda

Mahasiswa, sebagai salah satu pengguna aktif dalam penggunaan TikTok tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga berperan dalam memberikan respons seperti *like*, *save*, dan komentar pada konten yang mereka anggap menarik. Interaksi mahasiswa di TikTok memiliki dampak signifikan terhadap peluang suatu konten untuk menjadi viral. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Arya, dkk (2022) yang mengatakan bahwa menekan tombol *like*, *save*, *share*, dan komentar merupakan bagian dari interaksi dalam konten. Semakin banyak interaksi yang diterima suatu konten, semakin besar peluangnya untuk mendapatkan perhatian lebih luas di antara pengguna TikTok lainnya, sehingga meningkatkan potensi viralitas. Komentar-komentar yang ramai, *like* yang melimpah, serta kemampuan konten untuk memicu tren di kalangan mahasiswa dapat menjadi kunci kesuksesan suatu konten dalam mencapai tingkat popularitas yang lebih tinggi di TikTok. Oleh karena itu, interaksi aktif dari mahasiswa memainkan peran penting dalam membentuk dinamika viralitas di platform TikTok.

Interaksi dan keterlibatan mahasiswa dalam konten *spill outfit* di TikTok sesuai dengan asumsi dasar Teori *Uses and Gratification* Blumler dan Katz (1974) yang berbunyi "Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan oleh khalayak". Mahasiswa secara aktif bebas memanfaatkan fitur yang telah disediakan setelah mendapatkan kepuasan yang dicari mahasiswa, melalui interaksi aktif seperti memberikan *like*, *save*, dan memberikan komentar, mahasiswa menunjukkan inisiatif untuk memperoleh kepuasan pribadi. Menekan tombol *like* pada konten *spill outfit* mencerminkan preferensi mahasiswa terhadap gaya berbusana dan memberikan umpan balik positif kepada *influencer*. Fitur *save* juga merupakan inisiatif mahasiswa untuk menyimpan konten yang dianggap relevan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa tidak hanya bersifat sementara, tetapi mahasiswa ingin menyimpan konten tersebut untuk

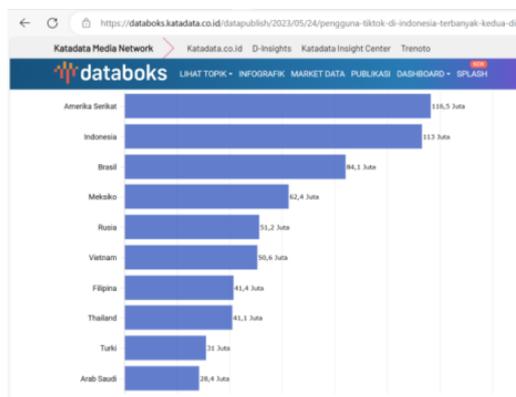
diakses kembali di masa mendatang. Selain itu, mahasiswa memberikan komentar seperti ‘*spill*’ yang menunjukkan keterlibatan secara lebih aktif dalam berinteraksi dengan *influencer* dan antar pengguna lainnya. Ini mencerminkan inisiatif mahasiswa untuk berpartisipasi dalam proses komunikasi dan bertukar informasi terkait gaya berbusana. Dengan demikian, asumsi dasar teori *Uses and Gratification* terwujud dalam praktik interaksi dan keterlibatan mahasiswa di TikTok, dimana mahasiswa aktif menyukai, menyimpan, memberikan umpan balik, dan berkomunikasi untuk memaksimalkan kepuasan pribadi mahasiswa dari konten *spill outfit*.

B. Latar Belakang Mahasiswa Memilih TikTok Sebagai Referensi Gaya Berbusana

1. Fitur TikTok

Pada masa kini, mahasiswa tidak dapat menghindari dari penggunaan media sosial. Mahasiswa menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan dunia luar. Salah satu media sosial yang digemari oleh mahasiswa adalah TikTok. Indonesia menempati peringkat kedua sebagai pengguna TikTok terbanyak di dunia, dimana sebagian penggunanya adalah kalangan mahasiswa. Berikut merupakan data statistik jumlah unduhan TikTok berdasarkan laporan *We Are Social* yang dilansir dari Databoks (2023):

Gambar 5. Data Statistik Jumlah Unduhan TikTok Per April 2023



Sumber: Databoks

Dari data di atas menunjukkan aplikasi TikTok memiliki 1,09 miliar pengguna di seluruh dunia per April 2023. Indonesia menempati peringkat kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak dunia yaitu mencapai 112,97 juta pengguna. Jumlah tersebut hanya selisih 3,52 juta pengguna dari jumlah pengguna TikTok di AS. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa TikTok merupakan salah satu media sosial yang sedang populer di Indonesia. Jumlah pengguna yang signifikan menunjukkan bahwa platform ini berhasil menarik perhatian dan mendapatkan penerimaan luas dari masyarakat, termasuk mahasiswa. Kepopuleran TikTok dapat tercermin dari tingginya aktivitas pengguna. Hal ini sesuai dengan pernyataan Intan yaitu:

"Tergantung sih, kak. Kalau lagi gabut atau lagi santai-santai, aku bisa buka TikTok berjam-jam. Kadang cuma mau cek sebentar, tapi malah ketagihan scroll konten. Jadi, enggak bisa ditentukan berapa lama. Tapi pokoknya kalau udah buka TikTok, waktu bisa cepet banget deh" (Intan Berliana, mahasiswa Sosiologi 2022).

Pernyataan di atas memperlihatkan bahwa durasi penggunaan TikTok oleh mahasiswa sangat bergantung pada situasi dan mood saat itu. TikTok menjadi pilihan utama ketika sedang bosan dan santai. Meskipun niat awalnya hanya untuk cek sebentar, namun seringkali berakhir dengan waktu yang lebih lama karena ketertarikan pada berbagai konten yang ada. Hal ini menunjukkan TikTok memiliki daya tarik yang kuat bagi mahasiswa, menjadi media sosial yang sering diakses dalam berbagai durasi tergantung pada keadaan dan minat pengguna.

Mahasiswa sering membuka TikTok karena terpesona oleh beragam konten menarik yang ditawarkan oleh platform ini. Dengan durasi video singkat, TikTok memungkinkan mahasiswa untuk dengan cepat menjelajahi sejumlah konten dalam waktu yang relatif singkat. Keberagaman konten di TikTok menciptakan pengalaman menonton yang dinamis, mencakup berbagai minat dan preferensi, sehingga mahasiswa dapat menemukan sesuatu yang sesuai dengan keinginan mereka. TikTok telah menjadi tempat utama bagi berbagai konten

kreatif dan tren yang mencakup beragam aspek kehidupan, salah satunya adalah tren gaya berbusana seperti OOTD, rekomendasi *outfit*, *mix and match*, dan lain sebagainya. Para pengguna TikTok termasuk mahasiswa, aktif berpartisipasi dalam tren ini dengan menonton konten-konten yang menampilkan gaya berbusana terkini. Dengan begitu banyak variasi gaya yang tersedia, TikTok menjadi sumber bagi mahasiswa yang tertarik untuk selalu tampil modis dan mengikuti perkembangan tren busana terkini. Dalam wawancara yang telah dilakukan oleh Siti sebagai berikut:

“Aku lebih sering lihat konten *spill outfit* di TikTok karena lebih bervariasi dan lebih gampang diakses. Tinggal buka aplikasinya terus klik pencarian ketik ‘*spill outfit*’, nanti langsung muncul deh konten *spill outfit*-nya. Karena aku sering lihat konten *spill outfit* jadi isi FYP-ku sering muncul konten *spill outfit*. Selain gampang diakses, variasi kontennya lebih banyak dan lebih menarik. Jadi aku lebih sering lihat ide-ide *outfit* di TikTok daripada di aplikasi lain” (Siti Muaviva Ainul Alvia, mahasiswa Sosiologi 2021).

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa merasa bahwa mencari konten *spill outfit* di TikTok sangat mudah dan praktis. Proses pencarian hanya memerlukan beberapa langkah sederhana. Selain kemudahan akses, mahasiswa juga menyoroti variasi konten yang lebih banyak dan menarik di TikTok. Selain itu, mahasiswa merasa bahwa sering menonton konten *spill outfit*, algoritma TikTok akan menyajikan lebih banyak konten semacam itu di halaman FYP pengguna. Oleh karena itu, mahasiswa lebih memilih TikTok sebagai sumber ide *outfit* dibandingkan dengan aplikasi lain karena kemudahan akses, variasi konten, dan relevansi yang ditawarkan oleh platform tersebut.

Gambar 6. Konten *Spill Outfit*



Sumber: Pencarian di TikTok

Pemilihan TikTok sebagai sumber referensi gaya berbusana oleh mahasiswa tidak terlepas dari sejumlah alasan yang menjadikan platform ini unik dan menonjol dibanding aplikasi lainnya. Pertama, TikTok dikenal dengan format video singkatnya yang memungkinkan konten gaya berbusana disajikan secara atraktif dan efisien. Hal ini membuat pengguna, termasuk mahasiswa dapat dengan cepat menelusuri berbagai gaya busana tanpa harus menghabiskan waktu yang lama. Kedua, daya tarik TikTok terletak pada kreativitas dan variasi kontennya. Mahasiswa dapat menemukan banyak ide berbusana yang unik, tren terkini, serta tips *mix and match* yang disajikan dengan cara yang menarik dan inovatif. Keterlibatan pengguna media sosial dalam tantangan dan tren tertentu di TikTok juga menciptakan semacam komunitas virtual yang aktif, dimana mahasiswa dapat saling berbagi inspirasi dan merespons gaya busana satu sama lain. Ketiga, algoritma TikTok sangat efisien dalam menyesuaikan rekomendasi konten berdasarkan perilaku pengguna. Mahasiswa dapat menemukan konten gaya berbusana yang lebih relevan dengan minat mereka di beranda tanpa harus bersusah payah. Kemampuan untuk menyimpan dan mengorganisir konten juga memudahkan mahasiswa untuk melihat kembali referensi gaya tertentu atau melakukan eksplorasi lebih lanjut.

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa TikTok memikat mahasiswa untuk mencari referensi gaya berbusana karena dengan format video singkat yang efisien, memberikan akses cepat ke berbagai gaya busana. Kreativitas, variasi konten, dan komunitas virtual aktif menciptakan pengalaman yang menarik, sementara algoritma yang efisien memastikan mahasiswa menemukan inspirasi gaya yang relevan dengan mudah. Hal ini sejalan dengan pemikiran Blumler dan Katz (1974) pada asumsi dasar Teori *Uses and Gratification* yang menyatakan "Media bersaing dengan sumber kepuasan lain". Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan dan perhatian untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Hal ini dapat dikaitkan dengan mahasiswa memilih media TikTok sebagai pilihan utama untuk referensi gaya berpakaian. Dalam dunia yang dipenuhi dengan berbagai sumber informasi, media sosial bersaing untuk menarik perhatian pengguna, seperti platform TikTok, Pinterest, atau Instagram. Sebagai konsumen media, mahasiswa melihat TikTok sebagai pilihan yang terbaik dibandingkan sumber-sumber kepuasan lainnya, termasuk platform media tradisional dan media sosial lainnya. Keunggulan TikTok terletak pada kemudahan akses yang dimilikinya, konten *spill outfit* yang lebih menarik dan inovatif, serta algoritma yang efisien dalam menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna.

Dengan persaingan yang ketat antar media, mahasiswa memilih TikTok karena mampu memberikan pengalaman yang lebih memuaskan dalam hal referensi gaya berpakaian. Media ini tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar informasi tetapi juga memberikan elemen hiburan dan kreativitas yang menjadikannya pilihan unggul di antara sumber-sumber kepuasan lainnya. Dengan begitu, TikTok menjadi platform yang tidak hanya bersaing tetapi juga unggul dalam memenuhi kebutuhan gaya berpakaian mahasiswa.

Selain menawarkan konten *spill outfit* yang menarik dan inovatif, TikTok juga menyediakan fitur TikTok Shop yang merupakan suatu *e-commerce* yang menjual berbagai macam produk termasuk pakaian. Penggabungan konsep media sosial dengan *market place* menjadi kegiatan jual beli yang menyenangkan dan mempermudah pengguna untuk memutuskan pembelian secara online melalui TikTok Shop (Kusuma & Hamsani, 2023). Keberadaan TikTok Shop telah memberikan pengalaman berbelanja yang unik bagi mahasiswa karena menggabungkan konsep media sosial dengan *market place* dan memberikan kemudahan mahasiswa untuk memutuskan pembelian secara online. Dengan adanya fitur TikTok Shop, pembuatan konten *spill outfit* memanfaatkannya dengan menyertakan keranjang kuning di dalam konten tersebut. Hal ini bertujuan untuk menghubungkan langsung ke toko pakaian yang ditampilkan dalam konten *spill outfit* tersebut. Konten *spill outfit* dengan keranjang kuning yang terhubung langsung ke TikTok Shop menawarkan pengalaman belanja yang lebih langsung dan terintegrasi. Seperti yang disampaikan oleh Hanifah ialah:

"Menurutku yang bikin asik konten *spill outfit* di TikTok tuh ada yang namanya keranjang kuning. Jadi di dalam konten *spill outfit* biasanya dicantumin keranjang kuning. Kalau kita lihat pakaian yang bagus di konten *spill outfit*, tinggal klik aja keranjang kuningnya. Nah, nanti langsung deh diarahin ke toko TikTok Shop yang jual barang itu. Jadi, praktis banget, enggak ribet harus buka aplikasi *e-commerce* lagi. Kadang suka nemu *fashion* item yang bener-bener keren, tinggal klik keranjang kuning, langsung diarahin ke toko, dan bisa langsung kepoin produknya. Jadi bisa lebih hemat waktu, praktis, dan bikin belanja jadi lebih seru" (Hanifah Nurul Shifa, mahasiswa Sosiologi 2021).

Dari wawancara di atas menunjukkan bahwa fitur TikTok Shop melalui keranjang kuning benar-benar memudahkan mahasiswa, terutama dalam konteks konten *spill outfit*. Dengan fitur ini, proses berbelanja menjadi lebih praktis dan efisien. Mahasiswa dapat dengan cepat menjelajahi produk yang disajikan dalam konten *spill outfit* dan dengan sekali klik pada keranjang kuning, mahasiswa akan langsung

diarahkan ke TikTok Shop yang menjual barang tersebut. Hal ini tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih seru dan impulsif. Sehingga keranjang kuning menjadi salah satu faktor yang meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam berbelanja langsung melalui TikTok Shop. Hal ini terbukti dengan pernyataan Adenta yaitu:

“Aku pernah beli baju gara-gara nonton konten *spill outfit* di TikTok. Waktu lihatin konten *spill outfit* terus nemu baju yang keren dan harganya oke, aku langsung beli aja. Aku beli lewat TikTok Shop karena di kontennya ada keranjang kuning, tinggal klik aja” (Adenta Saputra Aga Yudistira, mahasiswa Sosiologi 2022).

Kesimpulan wawancara di atas membuktikan bahwa penggunaan keranjang kuning dalam konten *spill outfit* di TikTok memberikan pengalaman berbelanja yang lebih mudah. Dalam kasus ini, mahasiswa berhasil membeli pakaian setelah terinspirasi oleh konten *spill outfit* yang ditemuinya di TikTok. Keberadaan keranjang kuning dan keterhubungannya langsung dengan TikTok Shop menciptakan kemudahan akses serta memudahkan mahasiswa untuk langsung bertransaksi tanpa harus melalui proses yang rumit.

Konten *spill outfit* yang dilengkapi dengan keranjang kuning dan keterhubungan langsung ke TikTok Shop menjadi sebuah inovasi yang memudahkan pengguna dalam menjelajahi dan memperoleh busana yang diinginkan. Dengan kehadiran keranjang kuning, mahasiswa dapat langsung mengeksplorasi opsi pembelian tanpa harus meninggalkan platform TikTok. Hal ini menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyeluruh, memungkinkan pengguna untuk melihat dengan lebih detail produk-produk yang direkomendasikan dalam konten *spill outfit*. Dengan terhubungnya keranjang kuning ke TikTok Shop, konten *spill outfit* tidak hanya menjadi sumber referensi gaya berbusana, tetapi juga pintu langsung untuk memperoleh pakaian yang sesuai dengan tren yang ditemui mahasiswa. Keberadaan fitur ini

menciptakan konektivitas yang lebih erat antara referensi gaya berbusana dan kemampuan untuk segera memperoleh produk tersebut.

Di samping itu, dengan adanya promo yang tertera di keranjang kuning dalam konten *spill outfit* membuat mahasiswa semakin tertarik untuk membeli karena merasa lebih hemat, terlebih jika juga ada gratis ongkir, sehingga nantinya mahasiswa tidak perlu membayar ongkos kirim karena sudah disubsidi oleh TikTok. Tetapi penawaran gratis ongkir di TikTok Shop mungkin tidak berlaku untuk semua produk atau semua daerah pengiriman dan ada kemungkinan bahwa penawaran ini memiliki batas waktu atau kuota tertentu. Ada juga ketentuan atau syarat dengan jumlah pembelian minimum atau menggunakan metode pembayaran tertentu untuk memenuhi syarat gratis ongkir (Tusanputri & Amron, 2021). Begitupun yang dirasakan oleh Intan sebagai berikut:

“Waktu itu aku lagi nyari referensi rok buat ngampus di TikTok, terus lihat konten *spill outfit* yang nunjukin rok yang simple tapi bagus. Abis itu aku buka TikTok Shop-nya ternyata lagi ada diskon dan gratis ongkir, jadi akhirnya aku beli deh kan lumayan kak, bisa dapet potongan harga” (Intan Berliana, mahasiswa Sosiologi 2022).

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan konten *spill outfit* di TikTok sebagai referensi berbelanja busana. Dengan adanya diskon dan promo tambahan lainnya yang terdapat di TikTok Shop menjadi daya tarik tersendiri, menjadikan pembelian lebih hemat dan menarik bagi mahasiswa. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi media referensi gaya berbusana, tetapi juga memudahkan proses belanja dengan fitur-fitur yang ditawarkan.

Dengan asumsi dasar Teori *Uses and Gratification* Blumler dan Katz (1974) yang menekankan bahwa khalayak aktif memiliki inisiatif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan pribadi mereka, khalayak secara aktif memilih ragam apa

yang akan dipilih untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini dapat terlihat dari cara mahasiswa memanfaatkan fitur TikTok Shop. Melalui fitur ini, mahasiswa dapat berbelanja langsung melalui platform TikTok, menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih efisien. Mahasiswa menggunakan fitur TikTok Shop karena memiliki tujuan yang praktis untuk memenuhi kebutuhan busana mereka. Dengan adanya diskon dan gratis ongkir memberikan insentif tambahan yang sesuai dengan motif inisiatif pengguna media, yang mencari kepuasan dan manfaat pribadi. Mahasiswa dapat merasakan keuntungan finansial dengan memanfaatkan diskon, sehingga pembelian menjadi lebih hemat. Dengan adanya fitur TikTok Shop yang memudahkan akses langsung dan memberikan insentif finansial, mahasiswa merasakan kepuasan media yang sesuai dengan tujuan mereka. Sehingga, konsep Teori *Uses and Gratification* menerangkan bagaimana penggunaan fitur TikTok Shop memenuhi kebutuhan praktis dan memberikan keuntungan ekonomis kepada mahasiswa dalam proses berbelanja.

2. Peran *Influencer* dalam Pemilihan TikTok Sebagai Referensi Gaya Berbusana Mahasiswa

Peran *influencer* dalam memilih TikTok sebagai referensi gaya berbusana bagi mahasiswa sangatlah penting. *Influencer* memainkan peran utama dalam membentuk tren dan gaya berbusana, serta memberikan inspirasi kepada pengikut mereka. Melalui konten yang mereka buat, *influencer* memiliki kemampuan untuk menciptakan tren baru dan mempopulerkan gaya berbusana tertentu di kalangan mahasiswa. Dengan jangkauan yang luas dan pengaruh yang kuat, *influencer* mampu menarik perhatian dan menginspirasi mahasiswa untuk mengadopsi gaya berbusana yang sedang tren. TikTok sebagai platform media sosial yang visual dan interaktif, memberikan *influencer* kesempatan untuk secara langsung berinteraksi dengan pengikut mereka. Dengan membuat konten yang menarik dan

menghibur, *influencer* dapat membangun ikatan dengan pengikut mereka, sehingga memperkuat kepercayaan dan loyalitas pengikut terhadap gaya berbusana yang mereka tampilkan. Selain itu, kemampuan TikTok untuk menyajikan konten dalam format video singkat membuat *influencer* mampu menunjukkan gaya berbusana dalam waktu singkat namun menarik, yang memungkinkan mahasiswa untuk dengan cepat mendapatkan ide dan inspirasi baru tanpa harus menghabiskan waktu yang lama. Hal ini memengaruhi mahasiswa untuk terus mengikuti perkembangan tren mode terbaru yang ditampilkan oleh *influencer* melalui TikTok.

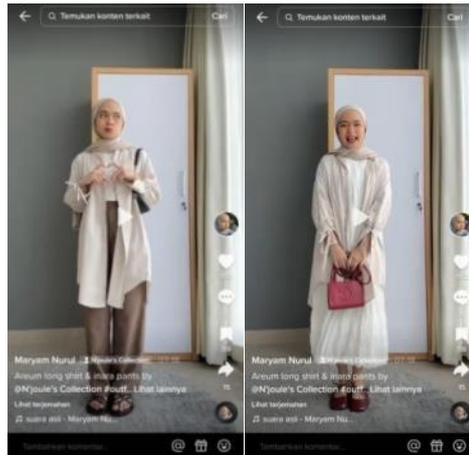
Influencer memanfaatkan fitur hastag yang ada di TikTok dalam konten yang dibagikannya. Salah satu hastag yang banyak digunakan oleh para *influencer* dalam konten *spill outfit* di TikTok adalah *#spilloutfit*. Penggunaan hastag memudahkan mahasiswa dalam menemukan berbagai jenis konten *spill outfit* yang ada di TikTok. *#spilloutfit* berisi tentang tren gaya berbusana yang dibagikan oleh *influencer*, seperti *Outfit of The Day*, rekomendasi *outfit*, *mix and match*, dan lain sebagainya. Banyak *influencer* yang berkarya di TikTok dengan mempopulerkan konten gaya berbusana terkini, karena penampilan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi mahasiswa (Damayanti, dkk, 2022). Mahasiswa mengikuti akun TikTok *influencer* yang sering membagikan konten *spill outfit*, seperti yang dilakukan oleh Hanifah sebagai berikut:

“Aku follow akun TikTok @miryinniril kak, aku follow akun itu soalnya *outfit* yang dia sesuai sama selera aku. Dia juga lebih rajin bikin konten video *spill outfit* di TikTok. Di satu kontennya, biasanya dia *mix and match* satu item pakaian jadi beberapa look. Jadi aku punya referensi buat *mix and match* pakaian biar gak bosan penampilannya gitu-gitu aja” (Hanifah Nurul Shifa, mahasiswa Sosiologi 2021).

Dari pernyataan di atas disimpulkan bahwa mahasiswa mengikuti akun TikTok @miryinniril karena gaya berbusananya sesuai dengan selera mahasiswa. Keaktifan akun dalam membuat konten *spill outfit* juga menjadi faktor utama, yang memberikan referensi *mix and match*

pakaian sehingga pengguna tidak merasa bosan dengan penampilan yang monoton. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa akun tersebut memberikan nilai tambah dalam hal inspirasi gaya berbusana dan variasi penampilan.

Gambar 7. *Mix and Match Long Shirt*



Sumber: Akun TikTok @miryimniril

Dengan membuat konten yang menarik dan kreatif, *influencer* dapat memberikan pandangan yang unik dan segar tentang gaya berbusana yang sesuai dengan tren saat ini. Melalui konten videonya, *influencer* dapat memperlihatkan kepada pengikutnya bagaimana cara memadukan pakaian yang sudah dimiliki agar terlihat keren dan *stylish*. Selain itu, *influencer* juga dapat merekomendasikan merek-merek atau produk-produk tertentu yang sesuai dengan gaya mereka, sehingga memberikan inspirasi bagi mahasiswa untuk mencoba gaya baru dan produk-produk yang mungkin sebelumnya tidak mahasiswa pertimbangkan. Setiap *influencer* memiliki ciri khas masing-masing dalam konten yang mereka bagikan.

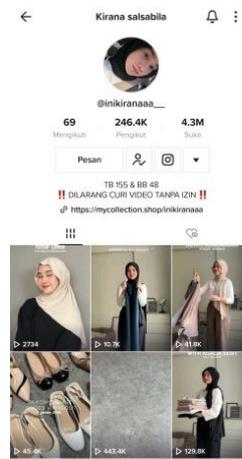
Konten menarik bergengsi yang diposting oleh *influencer* sebagai pemimpin dalam membuat selera, opini, dan meningkatkan keinginan pengguna media sosial untuk meniru *influencer* sehingga adanya niat beli (Wasiat & Bertuah, 2022). Konten *spill outfit* yang dibagikan *influencer* berperan penting dalam membantu mahasiswa dalam proses

pemilihan pakaian. Hasil wawancara di atas berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh Hanifah yaitu:

“Kalau aku tuh kak suka konten *spill outfit* berupa video yang *influencer*-nya pakai produk pakaiannya, gak perlu yang ada review-annya juga gak jadi masalah buat aku. Jadi cukup pemakaian bajunya di badan *influencer* udah bantu aku buat liat aku oke gak pake baju itu. Oh iya ada juga beberapa *influencer* yang nyantumin tinggi badan dan berat badan mereka di bio, itu menurut aku ngebantu banget si kak” (Hanifah Nurul Shifa, mahasiswa Sosiologi 2021).

Kesimpulan dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki preferensi terhadap konten *spill outfit* dalam bentuk video yang menampilkan *influencer* menggunakan produk pakaian. Mahasiswa mengungkapkan bahwa ulasan tidak menjadi hal yang penting, karena cukup melihat produk tersebut dipakai oleh *influencer* untuk menilai apakah pakaian tersebut akan cocok bagi mereka atau tidak. Selain itu, mahasiswa juga menyoroti pentingnya informasi tambahan, seperti tinggi dan berat badan *influencer*, yang membantu mahasiswa untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana pakaian tersebut akan terlihat pada diri mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa konten *spill outfit* yang dibagikan *influencer* telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam membantu mahasiswa membuat keputusan berbusana yang lebih percaya diri dan tepat.

Gambar 8. Informasi Tinggi Badan dan Berat Badan *Influencer*



Sumber: Akun TikTok @inikiranaaa__

Konten *review spill outfit* yang dibagikan oleh *influencer* di TikTok menciptakan perbedaan pandangan di kalangan mahasiswa. Sebagian mahasiswa merasa sangat terbantu dengan adanya ulasan pakaian ini. Mahasiswa merasa bahwa *review* memberikan wawasan yang berharga terkait kualitas, model, dan pengalaman pemakaian suatu produk. *Influencer* memberikan perspektif yang lebih jelas dan memperlihatkan produk dalam konteks kehidupan sehari-hari, sehingga membantu mahasiswa dalam membuat keputusan yang lebih tepat dalam hal berbusana. Namun, tidak semua mahasiswa sepakat bahwa *review* pakaian menjadi hal yang penting. Sebagian dari mahasiswa berpendapat bahwa penilaian produk pakaian bersifat subjektif dan dapat bervariasi antar individu. Sehingga hal ini tidak mempengaruhi mahasiswa untuk mempertimbangkan produk pakaian dari penilaian *influencer*. Melainkan dengan informasi terkait TB (tinggi badan) dan BB (berat badan) *influencer* menjadi penentu yang lebih bermanfaat bagi sebagian mahasiswa dalam menilai apakah pakaian tersebut sesuai untuk mereka atau tidak.

Pernyataan di atas sesuai dengan asumsi dasar *Teori Uses and Gratification* Blumler dan Katz (1974) yang menyatakan khalayak sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media.

Khalayak melakukan pilihan secara sadar mengenai media yang digunakannya. Dalam konteks ini, mahasiswa merasa terbantu dengan *review* pakaian *influencer* dan informasi TB (tinggi badan) serta BB (berat badan) *influencer* dalam menilai produk pakaian. Mahasiswa sebagai khalayak aktif, sadar sepenuhnya akan ketertarikan dan motif mereka dalam menggunakan media sosial yaitu TikTok. Mahasiswa mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pribadi mereka, seperti mencari ulasan pakaian yang dibagikan oleh *influencer* dan data fisik *influencer* untuk menentukan kecocokan produk pakaian dengan tubuh mahasiswa. Dengan demikian, asumsi dasar ini menggambarkan bagaimana mahasiswa secara sadar memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, termasuk dalam konteks menilai pakaian melalui informasi yang relevan dari *influencer*.

BAB V
DAMPAK KONTEN *SPILL OUTFIT* TIKTOK TERHADAP
GAYA BERBUSANA MAHASISWA

A. Identitas Sebagai Mahasiswa “*Trendy*”

Mahasiswa saat ini semakin aktif memadupadankan gaya berbusana yang mereka temukan dari konten *spill outfit* TikTok. Platform ini memberikan akses yang cepat dan mudah ke berbagai inspirasi gaya berbusana yang kreatif dan *trendy*. Mahasiswa seringkali berusaha untuk berpenampilan *trendy* sesuai dengan tren *fashion* yang berkembang, yang terinspirasi dari selebriti, *influencer*, dan media sosial. Dengan melihat konten *spill outfit* yang kreatif dan gaya berbusana yang sedang tren, mahasiswa berani dalam mengekspresikan diri dan selalu siap menghadirkan sesuatu yang baru dalam gaya berpakaian mereka. Hal ini menunjukkan identitas mahasiswa yang memiliki keinginan untuk berpartisipasi dalam dinamika dunia *fashion*, selalu siap menyesuaikan diri dengan perubahan gaya berbusana, dan memiliki kemampuan untuk mengikuti perkembangan zaman.

Mahasiswa secara aktif menerapkan gaya busana yang sedang tren dalam kegiatan sehari-hari. Mengadopsi gaya berbusana dari konten *spill outfit* TikTok menciptakan ruang bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri dan menjelajahi gaya pribadi mereka. Mahasiswa tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga mengadaptasikannya sesuai dengan kepribadian dan preferensi gaya berbusana mereka sendiri. Sehingga konten *spill outfit* TikTok bukan hanya sumber inspirasi, melainkan juga motivasi bagi mahasiswa mengeksplorasi kreativitas mereka dalam dunia *fashion* untuk kegiatan kampus, menciptakan suatu lingkungan dimana gaya berbusana menjadi bentuk ekspresi diri yang dinamis dan unik. Melalui gaya berbusana yang telah diadaptasi sesuai dengan selera mahasiswa menunjukkan sisi peningkatan kepercayaan diri dan rasa nyaman

mahasiswa dalam mengekspresikan gaya berbusana mereka. Mahasiswa dapat mencoba sesuatu yang baru seperti mencoba warna, pola, dan gaya yang mungkin sebelumnya dianggap di luar zona nyaman mereka. Hal ini seperti yang dilakukan oleh Vita yaitu:

“Jadi waktu itu aku lagi scroll TikTok, banyak yang pada *mix and match outfit* pakai obi belt, terus keliatannya bagus dan *stylish* gitu. Jadi penasaran pengen nyoba sendiri. Kalau yang dilihat, obi belt itu bisa nge-highlight bentuk badan, gitu. Bikin tampilan lebih bagus jadi kayak ada poin menariknya gitu. Terus bisa buat nambahin warna atau motif yang beda buat *outfit* yang biasa aja. Jadi, kesannya lebih fresh gitu” (Vita Meirza Pramesti Dewi, mahasiswa Sosiologi 2022).

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa terinspirasi untuk mencoba menambahkan *obi belt* dalam gaya busananya, setelah melihat berbagai gaya *outfit* dengan aksesoris tersebut di TikTok. Observasi terhadap gaya-gaya orang lain memberikan ide baru dan merangsang rasa penasaran untuk bereksperimen dengan gaya berbusana. Menambahkan *obi belt* pada pakaian bukan hanya sekadar aksesoris, tetapi juga memiliki peran dalam menonjolkan bentuk tubuh dan memberikan sentuhan menarik pada penampilan. Mahasiswa merasakan bahwa *obi belt* mampu memberikan poin menarik pada tampilan secara keseluruhan. Penggunaan *obi belt* tidak hanya untuk estetika semata, tetapi juga meningkatkan poin dalam busana dan memberikan kesan *fresh* pada *outfit* yang sebelumnya mungkin terasa biasa. Dengan demikian menunjukkan bahwa eksplorasi gaya berbusana melalui inspirasi dari media sosial seperti TikTok, dapat membuka pintu untuk penemuan gaya baru yang menyenangkan dan kreatif.

Gambar 9. *Outfit* Memakai *Obi Belt*



Sumber: Dokumentasi Vita Meirza Pramesti Dewi

Mahasiswa masa kini tidak hanya sekadar mengikuti tren busana, tetapi mahasiswa juga secara kreatif menerapkan pakaian yang terinspirasi dari konten *spill outfit* yang disajikan oleh *influencer* di platform TikTok. Dengan melihat gaya berbusana para *influencer*, mahasiswa mendapatkan inspirasi untuk menciptakan penampilan sehari-hari yang lebih menarik dan *trendy*. Mahasiswa tidak hanya melihat pakaian sebagai bahan penutup tubuh, tetapi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan gaya pribadi mereka kepada dunia. Dengan melakukan ini, mahasiswa menciptakan budaya berbusana di kalangan mahasiswa yang penuh inovasi, dimana setiap harinya menjadi kesempatan untuk mengekspresikan diri melalui gaya busana yang unik dan terinspirasi. Namun tidak semua mahasiswa merasakan dampak dari konten *spill outfit*, seperti pernyataan yang disampaikan oleh Adenta yaitu:

“Kalau dari aku si gak terlalu berdampak yang signifikan si kak soalnya jarang juga beli *outfit* dari rekomendasi *spill outfit*. Konten *spill outfit* itu kan lebih ke preferensi pribadi, jadi mungkin yang lain lebih merasakan dampaknya, tapi buat aku gak terlalu berdampak” (Wawancara Adenta Saputra Aga Yudistira, 2023).

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa dampak konten *spill outfit* di TikTok sangat tergantung pada preferensi pribadi masing-masing individu. Meskipun ada yang merasakan dampak yang signifikan karena aktif mengikuti rekomendasi dan membeli *outfit*, namun ada juga seperti

salah satu mahasiswa di atas yang mengaku jarang membeli pakaian berdasarkan rekomendasi dari konten *spill outfit*. Hal ini menunjukkan bahwa setiap orang memiliki tingkat dampak yang berbeda tergantung pada sejauh mana mereka tertarik dan terlibat dalam eksplorasi mode. Konten *spill outfit* di TikTok lebih bersifat subjektif dan memberikan dampak yang bervariasi sesuai dengan tingkat keterlibatan dan minat pribadi mahasiswa.

Berbagai macam gaya berbusana yang sedang tren dan item *fashion* yang sedang viral saat ini menawarkan beragam pilihan untuk ditemukan dan diimplementasi oleh para pencinta mode. Dari gaya kasual yang santai hingga gaya formal yang elegan, dunia *fashion* menampilkan variasi yang luar biasa. Pemakaian warna-warna cerah, pola-pola menarik, dan aksesoris-aksesori yang berani menjadi bagian dari gaya berbusana yang *trendy* dan menarik perhatian. Secara tidak sadar, tren *fashion* sangat mempengaruhi cara berpakaian mahasiswa, dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang saat ini memiliki pakaian yang terlihat lebih *trendy*. Item busana tertentu seperti sepatu *sneakers*, tas, *outer* dan *sweater* dengan desain unik menjadi pilihan utama untuk memperbarui penampilan (Hadi & Ritonga, 2023). Dengan kata lain, tren dan item-item ini menciptakan atmosfer gaya berbusana yang dinamis dan memberikan peluang bagi mahasiswa untuk bereksperimen dengan berbagai gaya yang memenuhi selera dan kepribadian masing-masing. Saat ini mahasiswa mengikuti tren *fashion*, termasuk mahasiswa Sosiologi UIN Walisongo Semarang. Hampir semua mahasiswa menggunakan gaya berbusana yang trendi dan keren. Begitu pun yang dilakukan oleh Hanifah sebagai berikut:

“Jadi waktu aku lihat TikTok ada konten yang ngelihat *outfit* ke kampus pakai rok lilit kak. Terus aku mikir, apa aku coba aja ya. Jadi, waktu itu aku pakai rok lilit buat ke kampus. Sebelumnya, yang aku tahu rok lilit itu buat ke kondangan tapi setelah lihat konten itu buat ngampus kok keliatan bagus, jadi waktu itu aku coba deh pakai rok lilit buat ngampus” (Hanifah Nurul Shifa, mahasiswa Sosiologi 2021).

Kesimpulan dari wawancara di atas menunjukkan bahwa mahasiswa terinspirasi oleh konten di TikTok yang menunjukkan

penggunaan rok lilit sebagai busana untuk ke kampus. Awalnya persepsi rok lilit hanya cocok untuk acara formal atau kondangan, namun setelah melihat konten tersebut mahasiswa merasa tertarik untuk mencoba mengaplikasikan gaya tersebut dalam kehidupan sehari-hari, khususnya saat berada di kampus. Pengalaman ini mencerminkan sejauh mana media sosial, seperti TikTok dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan gaya berbusana seseorang, bahkan mengubah pandangan tradisional terhadap gaya busana tertentu.

Gambar 10. *Outfit* Ngampus memakai Rok Lilit



Sumber: Dokumentasi Instagram Hanifah Nurul Shifa

Pernyataan mahasiswa Sosiologi di atas, relevan dengan asumsi dasar Teori *Uses and Gratification* Blumler dan Katz (1974) yang menyatakan penilaian isi media ditentukan oleh khalayak, isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak sendiri karena penilaian isi media berhubungan dengan pemilihan khalayak terhadap kepuasan dan tujuan khalayak. Hal ini dapat dihubungkan dengan pembahasan mengenai mahasiswa yang berusaha berpenampilan *trendy* dalam gaya berbusana mereka. Konsep ini mencerminkan bahwa mahasiswa tidak hanya menerima informasi dari media secara pasif, termasuk konten *spill outfit* di TikTok, melainkan mahasiswa secara aktif menilai dan memilih konten yang dianggap relevan dan bermanfaat sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pribadi mereka. Dalam konteks implementasi konten *spill outfit*, mahasiswa menjadi

penentu sejauh mana konten tersebut memengaruhi gaya berbusana mahasiswa. Mahasiswa tidak hanya mengikuti tren tanpa pertimbangan, melainkan melakukan penilaian terhadap konten yang mereka konsumsi. Sebagai khalayak aktif, mahasiswa memilih unsur-unsur tertentu dari konten *spill outfit* yang sesuai dengan selera dan preferensi gaya berbusana pribadi mereka, kemudian mengaplikasikannya ke dalam pilihan busana sehari-hari mahasiswa.

B. Perilaku Belanja Konsumtif Mahasiswa

Mahasiswa sangat peduli terhadap apa yang dipakainya. Mahasiswa memiliki kebebasan pada usianya ini, dalam kegiatan perkuliahan pakaian yang dikenakan mahasiswa tidak lagi terikat pada seragam, namun dibebaskan untuk memilih apa yang akan dipakai asalkan masih dalam batas sopan, rapi, dan sesuai dengan aturan yang berlaku di UIN Walisongo. Kebebasan dalam memilih apa yang akan dipakai menimbulkan rasa ketertarikan pada mahasiswa untuk mengikuti tren busana yang sedang berkembang. Mahasiswa sangat tertarik untuk membeli produk *fashion* dalam rangka menunjang gaya hidup. Produk *fashion* merupakan produk mengenai pakaian seperti baju, celana, hijab, sepatu, dan lain-lain. Mahasiswa yang terdorong untuk mengikuti mode tren akan membeli berbagai produk *fashion* seperti sepatu, pakaian, aksesoris, dan yang lainnya. Beberapa mahasiswa beranggapan bahwasannya memakai busana yang sedang tren dapat dianggap sebagai cerminan status sosial sehingga kampus menjadi tempat untuk menunjukkan eksistensi diri (Adiba, dkk, 2023). Mahasiswa juga tidak jarang membeli berbagai macam produk *fashion* untuk meningkatkan rasa percaya diri mereka.

Dalam kehidupan kampus yang dinamis, fenomena mahasiswa yang mengikuti tren busana seringkali berdampak pada pola pengeluaran yang meningkat, bahkan hingga mencapai tingkat pemborosan. Mahasiswa yang terpaku pada tren *fashion* seringkali merasa tertantang untuk selalu

terlihat *stylish* dan mengikuti perkembangan terbaru. Sebagai akibatnya, mahasiswa mungkin sering berbelanja pakaian, aksesoris, atau sepatu baru untuk tetap relevan dengan tren yang sedang berlangsung.

Pemborosan ini dapat terjadi karena mahasiswa mungkin tergoda untuk selalu memiliki pakaian terbaru atau merek-merek terkini, meskipun barang-barang tersebut mungkin memiliki harga yang cukup tinggi. Terkadang, dorongan untuk terus mengikuti tren dapat mengesampingkan pertimbangan finansial, dan mahasiswa mungkin tidak menyadari dampak pemborosan ini terhadap keuangan mereka. Hal ini juga bisa menciptakan tekanan sosial di kalangan mahasiswa, dimana kebutuhan untuk selalu tampil modis dan *trendy* dapat menyebabkan pembelian impulsif yang sebenarnya tidak diperlukan. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Vita yaitu:

“Jadi makin boros ya kak, kalau lagi scroll TikTok terus lihat konten *spill outfit*, eh pas yang aku lihat mereka pakai pakaian yang bagus dan sesuai sama selera, langsung pengen punya itu. Jadinya, setiap lihat konten kayak gitu, langsung deh buka-buka online shop, akhirnya sering beli-beli pakaian baru. Awalnya seru tapi lama-lama mulai ngerasa makin boros juga. Emang sih, jadi lebih *update* penampilannya tapi harus pinter ngatur keuangan biar gak boros. Tapi gimana ya kak, godaan belanja itu memang kadang kurang kuat” (Vita Meirza Pramesti Dewi, mahasiswa Sosiologi 2022).

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Sosiologi mengakui adanya pemborosan yang berhubungan dengan konten *spill outfit* TikTok. Terpikat oleh penampilan gaya yang menarik dalam konten *spill outfit*, mahasiswa merasa dorongan kuat untuk segera memiliki pakaian yang serupa, yang mengarah pada kebiasaan belanja yang lebih sering. Meskipun awalnya menganggapnya menyenangkan, tetapi mahasiswa mulai menyadari bahwa tingkat pengeluarannya meningkat, menciptakan dampak finansial yang perlu dikelola. Meskipun terkesan dengan peningkatan dalam berpenampilan, mahasiswa menyadari perlunya mengatur keuangan dengan lebih bijak agar tidak terjebak dalam pola pemborosan yang berlebihan. Hal ini mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh banyak mahasiswa dalam mengelola godaan belanja yang

sering muncul melalui media sosial seperti TikTok, sambil tetap berupaya mempertahankan keseimbangan antara penampilan dan keuangan.

Bahkan bisa saja saat mahasiswa menggunakan TikTok dengan niat untuk mencari hiburan justru teracuni oleh konten *spill outfit*, yang awalnya tidak berniat membeli jadi membeli suatu produk di TikTok. Hal tersebut membuat seseorang menjadi konsumtif karena membeli barang yang belum tentu memiliki manfaatnya. Ketika melihat video TikTok yang dianggap menarik beberapa mahasiswa jadi teracuni konten yang berisi tentang *fashion* lalu mereka meniru atau mengaplikasikan gaya *influencer* yang membuat konten tersebut. Keunikan gaya berbusana dari konten *spill outfit* pada aplikasi TikTok yaitu membuat orang lain ingin membeli dan mencoba barang yang *influencer* perlihatkan dalam videonya. Konten *spill outfit* selalu terus menerus *update* bahkan dengan adanya fitur TikTok Shop lebih mempermudah seseorang untuk berbelanja (Maulidiya, 2023).

Dengan adanya fitur TikTok Shop, mahasiswa kini semakin cenderung menghabiskan uang untuk kebutuhan pakaian mereka. Kemudahan yang ditawarkan oleh TikTok Shop dalam melakukan transaksi langsung melalui platform TikTok membuat proses pembelian menjadi lebih praktis dan cepat. Mahasiswa yang terbiasa aktif di TikTok seringkali tergoda untuk menjelajahi berbagai produk *fashion* yang ditampilkan di fitur TikTok Shop tersebut. Tanpa harus meninggalkan aplikasi, mahasiswa dapat langsung membeli pakaian atau aksesoris yang dilihat dalam konten *spill outfit*. Kepraktisan ini, meskipun memberikan kenyamanan, juga dapat menyebabkan peningkatan dalam pengeluaran belanja, karena mahasiswa dapat dengan mudah tergoda untuk membeli produk yang muncul di FYP mereka tanpa memerlukan proses transaksi yang rumit. Seiring dengan kepraktisan, mahasiswa perlu bijak dalam mengatur keuangan agar tidak terjebak dalam pola pengeluaran yang tidak terkendali.

Online shop memanfaatkan diskon dan promo lainnya untuk menarik daya beli konsumen. Mahasiswa menganggap bahwa belanja saat

diskon sangat diutungkan, karena mendapat potongan dari harga asli. Banyak mahasiswa beranggapan bahwa dengan belanja online saat diskon akan menghemat pengeluaran, namun dengan sistem memburu diskon membuat mahasiswa belanja melebihi kebutuhan dengan anggapan barang diskon barang murah dan separuh harga, padahal sistem ini yang membuat para mahasiswa kalap mata untuk belanja. Hal ini tentu menjadikan mahasiswa berperilaku boros, mereka tidak menginginkan barang yang harusnya dibeli sesuai kebutuhan. Namun, mahasiswa lebih fokus pada tawaran-tawaran diskon pada toko online terlihat sangat menggoda (Faristiana, 2022). Sistem diskon seakan mengajak mahasiswa untuk berfikir bahwa sistem ini tidak datang setiap hari, jadi memanfaatkan momen diskon dengan berburu barang-barang. Mahasiswa kurang pandai dalam hal mengontrol pengeluaran keuangan setiap bulannya. Hanya fokus untuk hasrat belanja, hal ini juga yang menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif dalam belanja online pada setiap bulannya. Sama seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh Intan yaitu:

“Kalau soal belanja pakaian, aku biasanya mikir dua kali sebelum beli. Pertama, aku lebih lihat model dan kualitasnya daripada brand-nya. Kadang kan ada pakaian bagus dengan harga yang lebih terjangkau karena nggak pakai nama besar. Jadi, buat aku, yang penting nyaman dipakai dan kelihatannya juga oke. Terus kalau ada tren yang lagi hits, kadang aku coba cari yang modelnya mirip tapi harganya lebih bersahabat. Nggak mesti beli yang mahal-mahal, yang penting bisa tampil bagus sesuai selera. Aku juga suka lihat diskon atau promo. Jadi buat belanja pakaian aku fokus ke model dan kualitas yang bagus, jadi pasti ada cara buat berpenampilan oke tanpa harus keluarin banyak uang” (Intan Berliana, mahasiswa Sosiologi 2022).

Kesimpulan dari wawancara di atas memperlihatkan bahwa mahasiswa memiliki kebijakan dalam belanja pakaian dengan mempertimbangkan faktor model dan kualitas daripada merek pakainnya. Menekankan kenyamanan dan penampilan yang sesuai dengan selera, mahasiswa cenderung mencari pakaian dengan harga yang lebih terjangkau, bahkan jika itu berarti memilih produk dari merek yang tidak terlalu terkenal. Ketika mengikuti tren berbusana, ia mencari alternatif dengan model serupa yang lebih bersahabat secara finansial. Selain itu,

mahasiswa juga aktif mencari diskon dan promo sebagai strategi untuk mendapatkan pilihan yang baik dengan harga yang lebih murah. Dengan demikian, kesimpulan tersebut mencerminkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya mengatur pengeluaran dan menunjukkan bahwa dapat tampil kece tanpa harus mengorbankan banyak uang.

Kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya mengatur pengeluaran menjadi semakin mencolok, menunjukkan bahwa mahasiswa memahami nilai keuangan dan perlu mempertimbangkan dengan bijak dalam setiap belanja. Banyak mahasiswa kini menunjukkan kesadaran bahwa tampil kece tidak selalu berkaitan dengan membeli barang-barang berharga tinggi atau merek ternama. Sebaliknya, mahasiswa menyadari bahwa pilihan bijak, seperti memilih pakaian dengan harga yang terjangkau tanpa mengorbankan kualitas atau gaya, dapat menjadi solusi yang cerdas. Mahasiswa lebih cenderung mencari diskon, mengikuti tren *fashion* dengan mencari alternatif yang lebih terjangkau. Inisiatif ini mencerminkan pergeseran paradigma di kalangan mahasiswa yang menunjukkan bahwa kesan modis dan keseimbangan keuangan dapat dicapai secara bersamaan, memberikan bukti bahwa tampil kece tidak selalu harus menghabiskan banyak uang.

Pernyataan mahasiswa Sosiologi di atas, sesuai dengan asumsi dasar Teori *Uses and Gratification* Blumler dan Katz (1974) yang menyatakan penilaian isi media ditentukan oleh khalayak, dimana isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak karena penilaian isi media berhubungan dengan pemilihan khalayak terhadap kepuasan dan tujuan. Asumsi dasar ini mengindikasikan bahwa penilaian dan pemilihan isi media, dalam hal ini, konten *spill outfit* sepenuhnya bergantung pada khalayak, yaitu mahasiswa. Mahasiswa sebagai khalayak aktif, memiliki peran utama dalam menentukan nilai dan relevansi dari konten tersebut. Dalam konteks di atas, mahasiswa yang merasa makin boros karena terpicat dengan konten *spill outfit*. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif menilai dan merespons isi media tersebut.

Ketika mahasiswa memutuskan untuk membeli pakaian berdasarkan referensi dari konten *spill outfit*, keputusan tersebut sejalan dengan asumsi dasar ini. Penilaian mahasiswa terhadap isi media, dalam hal ini keinginan untuk mengikuti tren busana, menjadi penentu dalam keputusan pembelian pakaian. Dengan menyadari bahwa keikutsertaan dalam tren dapat menyebabkan pengeluaran yang meningkat, mahasiswa juga mengingat untuk bertindak dengan bijak dalam membeli pakaian agar tidak merugikan keuangan mereka secara berlebihan.

C. Konformitas dalam Lingkungan Sosial

Konformitas gaya berbusana dalam konten *spill outfit* menciptakan dinamika dimana mahasiswa cenderung mengikuti atau menyesuaikan penampilan mereka dengan tren yang sedang berlangsung dan norma yang berlaku di lingkungan kampus. Hal ini dapat melibatkan pengambilan keputusan gaya berbusana yang dipengaruhi oleh teman, komunitas, dan media. Ketika mahasiswa melihat teman atau *influencer* yang mereka ikuti mengenakan pakaian sesuai dengan tren yang sedang viral, mahasiswa mungkin merasa tertarik atau terdorong untuk mengikuti gaya serupa. Hal ini menciptakan dinamika dimana ada upaya untuk menyelaraskan penampilan pribadi dengan apa yang dianggap sebagai norma atau kekinian dalam lingkungan sekitar. Meskipun konformitas dapat memberikan rasa penerimaan di kalangan mahasiswa, tetapi juga dapat memberikan tekanan untuk mengikuti tren tertentu, bahkan mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan preferensi pribadi mahasiswa. Dalam beberapa konteks, konformitas gaya berbusana dapat menciptakan keharmonisan dan kekompakan di antara kelompok, namun di sisi lain juga menjadi batasan terhadap ekspresi diri dalam busana yang unik. Oleh karena itu, konformitas dalam gaya berbusana adalah fenomena yang kompleks, melibatkan dinamika sosial, ekspektasi kelompok, dan pertimbangan individual dalam mengekspresikan identitas melalui penampilan. Seperti yang dilakukan oleh Hanifah yaitu:

“Iya, soalnya aku ngerasain banget kak, di semester 2 mau naik semester 3 itu aku yang biasa pakaiannya kayak pakai kaos, sweater yang lucu gitu hanya sebatas itu. Dan kebetulan Alhamdulillah aku jadi salah satu intra di HMJ, nah aku ngelihat orang-orang di sekeliling aku pakaiannya tu seserius itu. Aku awalnya masih kayak tabulah soal pakaian, soalnya aku juga bukan sosok orang yang nyaman pakaian rapi kayak pakai kemaja yang dimasukin gitu kak. Tapi karna aku ngelihat sekeliling jadi aku mulai nyesuain deh” (Hanifah Nurul Shifa, mahasiswa Sosiologi 2021).

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa mahasiswa Sosiologi ini awalnya memiliki kecenderungan untuk memakai pakaian yang lebih santai dan casual, Namun ketika mahasiswa tersebut menjadi bagian dari sebuah organisasi di kampus, dia menyadari bahwa banyak orang di sekitarnya mengenakan pakaian yang lebih formal. Meskipun awalnya mahasiswa ini merasa ragu dan tidak nyaman dengan pakaian yang lebih rapi, namun karena melihat lingkungan sekitarnya, mahasiswa mulai menyesuaikan gaya berpakaian.

Gaya berbusana memiliki dampak yang signifikan terhadap lingkup pertemanan di kalangan mahasiswa. Mahasiswa cenderung bergabung atau membentuk pertemanan dengan orang-orang yang memiliki gaya berbusana serupa atau setidaknya saling memahami satu sama lain dalam memilih pakaian. Seperti penelitian yang dilakukan Abisya (2022) menjelaskan bahwa individu sebisa mungkin menyesuaikan diri terhadap sebuah kelompok untuk agar individu tersebut tidak terlihat aneh dan merasa dikucilkan atau bahkan dijauhi oleh kelompok tersebut. Kesamaan dalam gaya berbusana tidak hanya menciptakan ikatan visual yang seragam tetapi juga terjalinnya percakapan dan minat yang sama. Sebaliknya, perbedaan dalam gaya berbusana dapat menciptakan tantangan dalam berbaur dan dapat memengaruhi cara orang lain mempersepsikan seseorang.

Pilihan gaya berbusana dapat membentuk identitas kelompok dan menciptakan kelompok sosial yang kuat. Selain itu, media sosial seperti TikTok melalui konten *spill outfit* juga memainkan peran penting dalam memperkuat pengaruh gaya berbusana, pertemanan dapat menjadi sarana

dimana mahasiswa saling memotivasi dan mendukung satu sama lain dalam memahami keragaman gaya berbusana. Oleh karena itu, gaya berbusana bukan hanya soal penampilan fisik, tetapi juga tentang cara mahasiswa membentuk dan mempertahankan hubungan sosial di lingkungan kampus. Dalam wawancara yang dilakukan oleh Intan yaitu:

“Kalau sekedar berteman biasa sama siapa aja bisa, tapi kalau teman dekat atau teman main cari yang sefrekuensi si kak dan kebanyakan teman-teman dekatku selera *outfit*-nya sama. Jadi mungkin secara gak langsung kalau kita menemukan kesamaan sama seseorang kita pasti bakalan lebih nyambung gitu sama dia. Jadi semisal ada diskon baju di Shopee atau TikTok Shop yang sesuai sama selera kita, pasti kita ngasih tahu info ini ke teman-teman kayak gitu kak” (Intan Berliana, mahasiswa Sosiologi 2022).

Kesimpulan wawancara di atas menyatakan bahwa proses pemilihan teman dekat seringkali dipengaruhi oleh kesamaan minat, salah satunya dalam hal gaya berbusana. Mahasiswa Sosiologi ini menekankan bahwa teman dekatnya cenderung memiliki selera gaya berbusana yang serupa dengannya. Memiliki kesamaan minat, terutama dalam hal berbusana dapat menjadi faktor kunci dalam membangun koneksi yang kuat dengan orang lain. Dalam konteks ini, *circle* pertemanan bukan hanya berbagi hubungan sosial tetapi juga memiliki kesamaan dalam preferensi gaya berpakaian. Kesamaan ini menciptakan komunikasi yang lebih aktif dengan teman, seperti berbagi tips, rekomendasi, atau informasi tentang hal-hal yang sesuai dengan selera gaya berbusana mereka. Dengan demikian, kesamaan minat, khususnya dalam gaya berbusana, dapat menjadi perekat yang kuat dalam hubungan persahabatan dan menjadi dasar untuk saling berbagi informasi dan pengalaman.

Gambar 11. Gaya Berbusana yang Selaras dengan Teman



Sumber: Dokumentasi Intan Berliana,

Mahasiswa Sosiologi tampaknya memiliki pandangan yang terbuka dan tidak memperlakukan perbedaan gaya berpakaian dalam membentuk pertemanan. Gaya berbusana yang bervariasi di kalangan teman-teman tidak dianggap sebagai penghalang, tetapi justru sebagai aspek yang memperkaya keberagaman dalam lingkungan sosial mereka. Mahasiswa tidak hanya menerima perbedaan dalam gaya pribadi teman-teman mereka, tetapi juga menghargai keragaman ini sebagai bagian yang memperkaya hubungan pertemanan. Dalam pandangan mahasiswa, gaya berbusana yang beragam menciptakan lingkungan sosial yang unik dan memperkaya pengalaman di masa kuliah. Dengan ini mahasiswa menunjukkan toleransi dan keterbukaan terhadap keragaman gaya berbusana di antara teman-teman mereka, menciptakan sebuah komunitas yang menerima keunikan dan keberagaman sebagai bagian dalam pengalaman di masa kuliah. Seperti yang disampaikan oleh Adenta yaitu:

“Aku bergaul sama semua orang tanpa mandang apa yang mereka pakai. Aku pribadi kurang suka kalau memilih teman dari gaya berbusana. Aku lebih suka bergaul sama orang yang asik dan ramah, daripada cuma liat dari penampilan doang. Gaya berbusana kan pilihan pribadi, jadi nggak ada yang salah atau benar. Yang penting nyambung bareng teman-teman, gitu aja sih” (Adenta Saputra Aga Yudistira, mahasiswa Sosiologi 2022).

Hasil kesimpulan di atas menunjukkan bahwa mahasiswa Sosiologi memiliki sikap yang terbuka terhadap beragam gaya berbusana. Bagi mahasiswa, menilai teman berdasarkan penampilan bukanlah prioritas utama melainkan lebih memilih untuk memiliki teman yang asik dan ramah, tanpa memandang gaya berbusana mereka. Dengan pemahaman bahwa gaya berbusana adalah pilihan pribadi dan mahasiswa menekankan bahwa tidak ada yang benar atau salah dalam hal ini. Hal yang terpenting dalam pertemanan adalah terjalinnya hubungan yang baik dan kesenangan saat bersama dengan teman-teman, tanpa terpengaruh oleh penampilan fisik.

Pernyataan di atas relevan dengan asumsi dasar *Teori Uses and Gratification* Blumler dan Katz (1974) yang menyatakan penilaian isi media ditentukan oleh khalayak, karena khalayak memiliki peran yang signifikan dalam menilai dan menentukan kualitas isi media yang digunakan. Dalam hal ini, mahasiswa mengevaluasi konten *spill outfit* dan memutuskan bagaimana mahasiswa akan menyesuaikan penampilan mereka dengan tren atau norma yang ada dalam lingkungan sosial mereka. Meskipun konformitas gaya berbusana mungkin memengaruhi cara mahasiswa menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar mereka, tetapi mahasiswa tetap memiliki kontrol dan kebebasan untuk membentuk preferensi pribadi mereka dan menentukan sejauh mana mereka akan menyesuaikan diri dengan gaya berbusana yang ada di sekitar mereka. Mahasiswa dapat menggunakan penilaian pribadi mereka terhadap konten *spill outfit* untuk menemukan referensi gaya berbusana yang sama dengan lingkup pertemanan mahasiswa. Dengan demikian, asumsi dasar *Teori Uses and Gratification* mencerminkan bahwa mahasiswa memiliki kontrol atas bagaimana mereka menilai dan menggunakan isi media, sehingga dampak konformitas gaya berbusana dapat bervariasi dalam berbagai aspek kehidupan mahasiswa.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terkait konten *spill outfit* TikTok sebagai referensi gaya berbusana mahasiswa dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, bahwa konten *spill outfit* yang diakses oleh mahasiswa adalah konten *Outfit of the Day* (OOTD), *review*, *mix and match*, dan rekomendasi. Dengan menyaksikan konten OOTD, mahasiswa dapat melihat kombinasi pakaian yang kreatif dan praktis, memberikan ide baru untuk tampil modis dalam suasana yang santai, dan mendapatkan informasi mengenai merek atau gaya tertentu yang populer saat ini. *Review* pakaian juga menjadi favorit mahasiswa karena mahasiswa mendapatkan informasi mengenai kualitas, detail pakaian, dan semacamnya melalui konten *spill outfit*. Konten *mix and match* memberikan ide-ide kreatif untuk memadupadankan pakaian dengan aksesoris atau item lain untuk menciptakan tampilan yang *stylish*. Mahasiswa juga mendapatkan tips dalam memadukan warna agar kombinasi warna dalam gaya berbusana terlihat menarik. Selain itu, mahasiswa juga mengakses konten rekomendasi beberapa pakaian dalam satu konten.

Kedua, bahwa mahasiswa memilih TikTok sebagai platform untuk melihat konten *spill outfit* karena berbagai alasan yang menjadikan platform ini sangat populer di kalangan mahasiswa. Pertama, popularitas TikTok sebagai platform berbagi video singkat membuatnya menjadi tempat yang ideal untuk mahasiswa yang ingin mengeksplorasi dengan jangkauan yang luas mengenai gaya berbusana yang sedang tren dan sesuai dengan selera mahasiswa. Kedua, aksesibilitas yang memungkinkan mahasiswa untuk mengakses konten yang relevan dan mendapatkan inspirasi gaya berbusana dengan cepat tanpa harus menyisihkan waktu yang lama. Adanya fitur TikTok Shop juga memberikan mahasiswa

kemudahan dalam mencari dan membeli item busana yang diinginkan tanpa harus membuka platform lain. Selain itu, kehadiran *influencer* yang aktif di TikTok menambah variasi dan kreativitas dalam konten *spill outfit*. Mahasiswa dapat dengan mudah mengikuti perkembangan gaya dan mendapatkan inspirasi dari berbagai sudut pandang di media sosial TikTok. Dengan kombinasi popularitas, aksesibilitas, fitur TikTok Shop, dan kehadiran *influencer* yang aktif, TikTok menjadi tempat yang dinamis dan bervariasi untuk mahasiswa yang ingin mengeksplorasi gaya berbusana yang diminati maupun yang sedang tren.

Ketiga, bahwa dampak konten *spill outfit* TikTok memberikan pengaruh yang besar terhadap gaya berbusana di kalangan mahasiswa. Mahasiswa telah mengadopsi gaya berbusana yang terinspirasi dari konten *spill outfit* dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, menjadikan mahasiswa lebih berfokus pada tren dan tampil lebih *trendy*. Di satu sisi, hal ini menciptakan gaya berbusana yang dinamis dan penuh kreativitas di kalangan mahasiswa. Namun di sisi lain, dampaknya juga mencakup peningkatan konsumtif dalam belanja pakaian. Terinspirasi oleh variasi gaya yang terus berubah di TikTok, mahasiswa cenderung tergoda untuk terus memperbarui koleksi pakaian mereka, dan mengarah pada kebiasaan belanja yang lebih sering dan impulsif. Selain itu, konformitas gaya berbusana juga menjadi ciri khas dari dampak konten *spill outfit* TikTok. Beberapa mahasiswa cenderung mengikuti atau menyesuaikan penampilan mereka dengan tren yang sedang berlangsung dan norma yang berlaku di lingkungan kampus.

B. Saran

1. Bagi mahasiswa, dapat dihibau untuk mengembangkan kritisitas dan kesadaran diri terhadap dampak konsumsi konten *spill outfit* TikTok terhadap gaya berbusana mereka. Ini dapat melibatkan kebiasaan belanja, pemilihan pakaian, dan pengaruh media sosial terhadap persepsi diri. Selain itu, mahasiswa juga dapat mencoba

mencari sumber lain untuk inspirasi gaya berbusana mereka agar dapat memberikan perspektif yang lebih luas dan beragam.

2. Bagi pengguna TikTok secara umum, perlu memahami bahwa konten *spill outfit* hanyalah salah satu bentuk inspirasi dan tidak selalu mencerminkan keberagaman atau realitas kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pengguna perlu melihat konten ini dengan kritis dan mengembangkan kemampuan untuk memilah informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai pribadi mereka.
3. Bagi penelitian selanjutnya, dapat mengeksplorasi lebih dalam dampak dari konten *spill outfit* TikTok, khususnya terkait aspek kepuasan diri dan citra mahasiswa. Penelitian ini dapat membantu dalam pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana persepsi diri mahasiswa yang dipengaruhi oleh tren gaya berbusana di TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Abisya, N. D. (2022). *Fashion* Sebagai Bentuk Identitas Diri Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *The Commercium*, 5(3), 68-78.
- Adawiyah, R. 2021. Hiper-Realitas Gaya Busana Di Instagram Pada Generasi Muslim Milenial Di Kota Samarinda. *Skripsi*. Samarinda: Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris.
- Adiba, R., Cahyani, D. K., Ranjanu, N., & Pramesti, S. W. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Produk *Fashion* pada Mahasiswa UNNES sebagai Dampak Perkembangan Online Shop. *Jurnal Potensial*, 2(2), 184-191.
- Aunia, F., Choiriyah, C., Rasmanah, M., Duku, S., & Yahya, A. (2022). Pengaruh Instagram *Fashion Influencer* Terhadap Gaya Busana Muslim Mahasiswa Program Studi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. *Tabayyun: Journal of Journalism*, 3(1), 11-23.
- Agustin, V., & Aji, G. (2023). The Strategy Of Self-Presentation *Fashion Influencer* On Social Media Instagram. *The Commercium*, 6(2), 74-86.
- Amanat.id. 2017. Ini 16 UKM Tingkat Universitas di UIN Walisongo. <https://amanat.id/ini-16-ukm-tingkat-universitas-di-uin-walisongo/> diakses pada 16 Juli 2023.
- Arya, S. M., Pratama, I. A., Iqbal, I., Siddik, R., & Wahid, R. M. (2022). Strategi viral di TikTok: Panduan Pemasaran melalui media sosial untuk bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 13(1), 59-67.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan* (5 ed.). (A. Daud, & P. I. Izzati, Terjemahan.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(2), 22-29.
- Blumler, J. G., & E. Katz, ed (1974). *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Cahyono, H. (2019). Peran Mahasiswa Di Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi*, 1, 32-43.
- Daldiyono. (2009). *How to Be a Real and Succesfull Student*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 217-221.

- Databoks. 2023. "Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-TikTok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>, diakses pada 25 Juni 2023.
- Diya'annisaul, Fauziah, & Noorhidayati, S. (2021). *Gaya Penampilan Dakwah Hanan*
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreator Konten Di Era digital*. Jakarta: Diva Press.
- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang. 2023. <https://fisip.walisongo.ac.id/> diakses pada 16 Juli 2023.
- Fanaqi, C. (2021). TikTok Sebagai Media Kreativitas di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 22(1), 105-130.
- Faristiana, A. R. (2022). Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa Di Masa Pandemi. *In Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era*, 2(1), 519-531.
- Firamadhina, F. I., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Hadi, R., & Ritonga, M. H. (2023). Pengaruh *Fashion* Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU Stambuk 2019. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1014-1023.
- Haris, A. (2010). *Etika Hamka: Kontruksi Etik Berbasis Rasional Religius*. Yogyakarta: LKiS.
- Herdiansah, A. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Referensi Pemilihan Tujuan Jurusan Teknik Di Perguruan Tinggi Bagi Siswa Kelas Xii Ipa Menggunakan Metode Ahp. *MATRIK: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, 19(2), 223-234.
- Khadijah, Siti. 2019. *Fenomena Gaya Berbusana Muslimah Milenial Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin*. Skripsi. Banjarmasin: UIN Antasari.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. (2022). Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 131-141.
- Kusuma, M. P., & Hamsani, H. (2023). Analisi Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(6), 705-717.

- Kusuma, Yesita Dinda (2023). *Dibalik Trend Fashion #spilloutfit (Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Jombang)*. Undergraduate thesis, STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Maulidiya, R. 2023. Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Imitasi *Fashion* Remaja (Pelajar SMAN 1 Pringsewu). *Skripsi*. Lampung: Universitas Lampung.
- Mertanti, N. M. R. A. (2023). Menelisik Perilaku Belanja Masyarakat di Era Society 5.0. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(2), 832-844.
- Muliana, Y., & Ahmad, A. (2019). Pengaruh Media Telekomunikasi Terhadap Gaya Berbusana Remaja Putri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 4(2), 50-61.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Nasir, M., Subhi, M., Samwil, S., Ridha, I., Gunandar, J., Pratama, A., & Ikhsan, I. (2023). Pendidikan Karakter Anak dalam al-Quran Surat al-A'raf Ayat 31-33. *ISTIFHAM: Journal Of Islamic Studies*, 68-79.
- Nasution, I. A. (2019). Fenomenologi Gaya Berbusana Siswa-Siswi di Kota Medan. *Persepsi: Communication Journal*, 2(1), 45-52.
- Nenghayati, L. (2021). Eksistensi Remaja Melalui Hastag (#ootd) Di Media Sosial TikTok. *Disertasi*. Riau: Universitas Islam Riau.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Nurmala, M. D., Afrizal, S., & Wibowo, T. U. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 8(1), 1-12.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Pratama, I. P. (2020). *Social Media dan Social Network*. Bandung: Informatika.
- Penerbitdeepublish.com. 2022. "Apa itu Referensi? Pahami Tujuan, Jenis, Sumber, dan Cara Menulisnya", dalam <https://penerbitdeepublish.com/apa-itu-referensi/>, diakses pada 17 Juni 2023.
- Puja, A. N. (2022). *Outfit of The Day* sebagai Personal Branding. In *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 15-20.
- Pusparani, R. 2020. Penerapan Kode Etik Mahasiswa Terhadap Gaya Berbusana. *Tesis*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Pusvitasari, Y. R. (2022). Analisis Penggunaan Fitur TikTok Shop Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Salatiga. *Skripsi*. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Putra, Ridha Akmal. (2020). *Pengembangan Aplikasi Rekomendasi O utfit Of The Day Berdasarkan Lokasi Event Dan Dress Code Berbasis Android*. Tesis. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Putri, A. A. M. S., & Patria, A. S. (2022). Perancangan Referensi Gaya Berbusana Thrifting Melalui Feed Instagram. *BARIK*, 3(2), 125-137.
- Rahmawati, N. M. (2020). *Fashion* Sebagai Komunikasi: Analisa Semiotika Roland Barthes Pada *Fashion* Agus Harimurti Yudhoyono (Ahy): Dalam Pemilihan Gubernur Jakarta. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 4(1), 216-233.
- Rohana, M. (2023). Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Imitasi *Fashion* Remeja (Studi Pada Pelajar SMAN 1 Pringsewu). *Skripsi*. Bandar Lampung: Univeristas Lampung.
- Rosyidah, H., & Anggraini, F., L. (2022). *Research Pembelajaran Fashion untuk Generation-Z di Indonesia*. Yogyakarta: Fitinline.
- Safitri, Y., & Arviani, H. (2023). Peran Konten Promosi *Spill outfit* di TikTok pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 5253-5262.
- Sari, D. M., & Mahendra, A. (2021). Fenomena Penggunaan TikTok Pada Mahasiswa UIN Shulthan Thaha Saifuddin Jambi. *JIGC (Journal of Islamic Guidance and Counseling)*, 5(2), 117-137.
- Shihab, M. Q. (2010). *Jilbab, Pakaian Perempuan Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendekiawan Kontemporer* (5 ed.). Jakarta: Lentera Hati.
- Sholikhah, S. M. A. (2020). Penggunaan *outfit* Terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Semester 7. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 11(1), 84-88.
- Sihombing, L. M. (2020). Pendidikan dan Karakter Mahasiswa di Perguruan Tinggi. *Jurnal Christian Humaniora*, 4(1), 102-112.
- Siswoyo, Dwi, dkk. 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (13 ed.)*. Bandung: Alfabeta,

- Tusanputri, A. V., & Amron, A. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. *In Forum Ekonomi*, 23(4), 632-639.
- UIN Walisongo Semarang. 2017. <https://walisongo.ac.id/> diakses pada 16 Juli 2023.
- UIN Walisongo Semarang. 2019. “Buku Panduan Program Sarjana (S.1) dan Diploma 3 (D.3) Tahun Akademik 2019/2020.
- Utami, A. D., Nujiana, S., & Hidayat, D. (2021). Aplikasi TikTok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 40-47.
- Wasiat, F. A. I., & Bertuah, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media *Influencer* Terhadap Niat Beli Produk *Fashion* Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 513-532.
- West, Richard, & Turner, Lynn H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Komunikasi* (5 ed). (Bhimasena, H. & Pratiwi, G. T., Terjemahan). Jakarta: Salemba Humanika.
- Wibowo, T., & Yudi. (2021). Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam. *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeSciNTech)*, 1(1), 662-669.
- Winarso, B. 2021. “Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?” dalam <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-to>, diakses pada 21 Oktober 2022.

LAMPIRAN

A. Identitas Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Angkatan
1.	Hanifah Nurul Shifa	Perempuan	2021
2.	Siti Muaviva Ainul Alvia	Perempuan	2021
3.	Intan Berliana	Perempuan	2022
4.	Vita Meirza Pramesti Dewi	Perempuan	2022
5.	Very Andriawan	Laki-laki	2022
6.	Adenta Saputra Aga Yudistira	Laki-laki	2022

B. Dokumentasi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Vira Adella
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 28 Februari 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Lebdosari IX RT 06 Rw 05, Kel. Kalibanteng
Kulon, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang
E-mail : adellaviraa28@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

TK PGRI 11 Lebdosari	2006-2007
SD Negeri Kalibanteng Kulon 02	2007-2013
SMP Negeri 40 Semarang	2013-2016
SMA Negeri 07 Semarang	2016-2019
UIN Walisongo Semarang	2019-2023

Semarang, 3 Desember 2023



Vira Adella
NIM. 1906026169