

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Masa remaja merupakan fase perkembangan yang mencakup transisi dari masa anak-anak menuju dewasa. Tahapan remaja dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: 1) remaja awal 10-13 tahun, 2) remaja tengah 14-18 tahun, 3) remaja akhir 15-20 tahun. Selama masa remaja, terjadi perubahan fisik, psikologis, dan psikososial.¹ Pada remaja perempuan, masa pubertas menjadi aspek yang menimbulkan kekhawatiran karena adanya ketidakseimbangan hormon dalam tubuh yang dapat mengakibatkan suatu masalah seperti munculnya jerawat di wajah. Hal ini menjadi perhatian utama karena umumnya perempuan lebih memperhatikan penampilan mereka dibandingkan dengan laki-laki. Selain itu, dalam interaksi sosial, tampilan fisik akan menjadi daya tarik pertama kali yang akan dinilai yaitu konsep kecantikan dan bentuk fisik.

Konsep daya tarik dalam psikologi dikenal dengan istilah daya tarik fisik. Baron dan Byrne menjelaskan daya tarik sebagai aspek penampilan yang membuat individu dianggap menarik secara visual oleh orang lain.² Pada masa remaja penampilan sangatlah penting khususnya bagi remaja perempuan, salah satu alasan remaja bahwa penampilan sangat penting yaitu remaja akan memperhatikan penampilannya ketika remaja tersebut mulai terpengaruh dari

¹ Rahmah Hastuti, *Psikologi Remaja* (Yogyakarta, ANDI Anggota IKAPI, 2021), 2

² Ibid, 3.

lingkungan teman sebayanya dan mulai tertarik dengan lawan jenisnya. Dan ketika remaja mulai tertarik dengan lawan jenisnya, mereka mulai lebih memperhatikan penampilannya dengan mengenakan pakaian yang bagus sehingga membuat dirinya semakin menarik. Sehingga daya tarik memiliki erat kaitannya dengan *trend fashion* dan kemampuan dalam memilih baju yang ia pakai.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah “busana” merujuk pada baju atau pakaian. Asal kata “busana” berasal dari Bahasa Sansakerta, yaitu “bhusana”, dan dalam Bahasa Indonesia, kata ini diartikan sebagai “baju.” Namun, dalam pengertian sehari-hari, “busana memiliki sedikit perbedaan, yang mengacu pada ‘baju yang bagus dan indah,’ yang berarti nyaman dikenakan dan sesuai dengan pemakainya. Sementara itu, “baju” dianggap sebagai bagian dari “busana” secara keseluruhan. Definisi *fashion* dalam “*Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English*” menggambarkan *fashion* sebagai suatu kerutinan yang dianggap wajib ditiru sepanjang suatu periode di suatu tempat tertentu. Dengan kata lain, *fashion* mencakup *trend* dan gaya yang diterima dan diikuti secara umum dalam suatu waktu dan tempat tertentu. Hal ini dianggap patut dihargai dan diikuti oleh masyarakat pada periode tersebut.³

Trend fashion melibatkan penyusunan atau perancangan pakaian beserta aksesorisnya. Ernawati menjelaskan bahwa tata busana mencakup perancangan

³ Diana Agustia Puteri, Suhartiningsih, “Perkembangan Tata Rias Wajah Dan Tata Busana Pada Tahun 2015-2019 Dalam Acara Jember *Fashion* Carnival (JFC) Di Jember,” *Jurnal Of Beauty And Cosmetology (JBC)*, Vol. 3, No. 1, (2021), 49.

pakaian dan berbagai peralatan yang mencerminkan gaya seseorang, baik itu pria maupun wanita.⁴ Oleh karena itu, *trend fashion* dapat diartikan sebagai berbagai ide atau konsep dalam berpakaian yang mencerminkan gaya hidup sehari-hari. Secara umum, *fashion* juga dapat dianggap sebagai kostum atau pakaian yang dirancang tidak hanya sebagai alat pelindung tubuh, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan penampilan diri. Tujuan dari perancangan *fashion* ini tidak hanya untuk memperindah penampilan diri, tetapi juga sebagai cara untuk menyatakan kekuasaan atau kekuatan serta untuk menunjukkan status seseorang di depan masyarakat.

Tata rias menjadi hal yang tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari. Bagi perempuan, tata rias wajah memiliki peranan penting dalam kehidupannya. Seperti yang dikemukakan Ilahi “Tata rias adalah seni yang bertujuan untuk mempercantik penampilan wajah.”⁵ Ada berbagai jenis tata rias wajah yang disesuaikan dengan waktu, tema, acara, pakaian, serta bentuk dan struktur wajah, masing-masing dengan perbedaannya sendiri.

Menurut Baudrillard terhadap *fashion* menyoroti bahwa *fashion* merupakan tahap akhir dari bentuk perdagangan di media sosial, dan ini menjelaskan pesatnya

⁴ Khairunnisa Butar-Butar, Olivia Feby Mon Harahap, dkk, “Penyuluhan Tentang Keterampilan Tata Busana Dasar Pada Masyarakat Desa Purwodadi Kota Padangsidempuan Sumatera Utara,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Aufa (JPMA)*, Vol. 1, No.1, (Desember, 2019), 68.

⁵ Diana Agustia Puteri, Suhartiningsih, “Perkembangan Tata Rias Wajah Dan Tata Busana Pada Tahun 2015-2019 Dalam Acara Jember *Fashion* Carnaval (JCF) Di Jember,” *Journal of Beauty Cosmetology (JBC)*, Vol. 3, No. 1 (2021), 47.

perkembangan *fashion* pada era saat ini.⁶ Salah satu model peraganya adalah satu wujud budaya baru yang menyebar secara cepat, sehingga dapat menghasilkan *fashion* yang baru dengan mengkombinasikan dari *fashion-fashion* yang telah ada sebelumnya. Ketika *trend fashion* sudah sampai pada remaja melalui media massa, kemudian media massa memberikan andil yang tidak sedikit bagi berkembangnya *trend* yang kemudian diikuti oleh sebagian besar perempuan yang ingin tampil trendi dan modern, sehingga remaja tersebut memiliki sifat ingin mencoba dan memiliki ingin rasa tahu yang cukup besar, maka remaja tersebut akan memaksa untuk mengikuti setiap perkembangan *fashion* meskipun model kostum atau baju tidak nyaman dengan dirinya dan tidak sesuai dengan yang mereka inginkan tetapi mereka akan tetap pakai demi mengikuti *trend* yang berkembang saat ini.

Keberadaan *fashion* sangat berarti bagi masyarakat di masa sekarang ini, karena *fashion* seakan menjadi makanan yang menjadi sesuatu kebutuhan yang wajib dipenuhi dan diikuti. Banyak alasan yang muncul untuk mendukung kepopuleran *fashion*, karena perkembangan *fashion* yang semakin beragam dari tahun ke tahun. Misalnya mereka memiliki keinginan untuk lebih tampak di depan umum, dan mereka juga ingin terlihat menarik dihadapan lawan jenisnya dan mereka juga ingin terlihat di lingkungan pertemanan dan masyarakat umum. Perubahan *fashion* tidak hanya terjalin pada perempuan saja, akan tetapi laki-laki juga memiliki jenis *fashion* yang berbeda, namun disetiap perkembangannya

⁶ Mepin Satriani, "Analisis Kepuasan Belanja *Fashion* Secara Online," Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, (2022), 3.

fashion laki-laki terlihat lebih mudah dibandingkan dengan *fashion* perempuan. Seperti yang dikatan Baudrillard bahwa *fashion* diciptakan bukan karena bersumber pada ketetapan sendiri, melainkan model itu sendiri. Sebab itu di ciptakan, sehingga mau tidak mau *fashion* hendak mencari inspirasi dari suatu model. Dan model ini akan menjadi item, atau istilahnya merupakan referensi. Dan tidak hanya itu terdapat pengaruh yang dapat menimbulkan *fashion* itu berputar-putar dan mengulang-ulang saja *trendnya*. Contohnya terdapat seorang tokoh atau *public figur* yang menjadi panutan dari banyak orang yang selalu merubah *style* berpakaianya, kemudian para *fans* atau para penggemarnya juga ingin menyamai apa yang idolanya kenakan, sehingga terjadilah persebaran *fashion* yang meluas.⁷

Banyak remaja merasa takut dengan adanya *trend fashion* yang berlaku saat ini, mereka takut terlewatkan dengan apa yang sedang populer di media sosial atau kehidupan sehari-hari. Sehingga banyak remaja yang cenderung mengikuti setiap *trend* yang ada, dan tentunya mereka berusaha untuk tampil sebaik mungkin setiap harinya. Penampilan yang menarik dianggap penting bagi mereka karena dapat meningkatkan rasa percaya diri. Sebagian besar remaja juga terinspirasi oleh gaya berpakaian dari idola mereka, dan mereka mencoba meniru setiap aspek penampilan mereka. *Trend fashion* bukan hanya sekedar gaya berbusana, melainkan dianggap sebagai gaya hidup utama yang membawa nilai-nilai yang

⁷ IG Rinda Yuda Wardana, "Representasi Budaya Populer Dalam Mengonsumsi Produk *Fashion* Bermerk," *Jurnal Sosiologi DILEMA*, Vol. 32, No. 2, (2017), 46-47.

mampu meningkatkan status dan identitas mereka sebagai remaja yang tidak ketinggalan zaman.

Fashion memang dapat dianggap sebagai bagian dari identitas pribadi. Pilihan *fashion* seseorang seringkali menjadi cara untuk mengekspresikan siapa dirinya, termasuk nilai-nilai, preferensi, dan pandangan hidupnya. Selain itu, *fashion* juga dapat mencerminkan identitas sosial atau kelompok, terutama melalui *dress code* atau gaya yang dianut oleh suatu komunitas. Pentingnya *fashion* dapat mengekspresikan identitas terlihat juga dari bagaimana budaya lokal dapat tercermin dalam pilihan pakaian dan penampilan. Orang sering menggunakan *fashion* sebagai sarana untuk menyatakan keterkaitan dengan budaya tertentu atau sebagai wujud ekspresi identitas budaya mereka. identitas dalam konteks ini, dapat diartikan sebagai kondisi khusus yang dirasakan oleh seseorang dan *fashion* menjadi sarana yang kuat untuk menyampaikan dan merayakan identitas tersebut.

Tajfel mengungkapkan bahwa identitas sosial merupakan aspek integral dari konsep diri individu, yang timbul dari kesadaran akan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Identitas ini dipengaruhi oleh nilai-nilai dan emosi yang terkait dengan kelompok tersebut.⁸ Dalam konteks ini, identitas yang dimaksud adalah cara siswa memilih untuk menyajikan gambaran tentang jati diri mereka

⁸ Muhammad Bisyr, "Motivasi Mahasiswa Universitas Fajar Dalam Memilih Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial," *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)*, Vol. 9, No. 1, (Januari, 2023), 415

kepada orang lain, baik melalui pemilihan warna, model, maupun melalui penampilan *fashion* yang mereka pilih.

Fashion memiliki berbagai macam motivasi, dan keberagaman dalam pilihan *fashion* yang dipengaruhi oleh berbagai alasan yang berbeda. Beberapa orang memilih *fashion* dengan motivasi ingin tampil berbeda dari yang lain, dan menjadi pusat perhatian orang lain. Sementara itu, ada juga yang memilih *fashion* karena motivasi kenyamanan, keterbiasaan, dan keinginan untuk terlihat sederhana.

Pendapat tersebut sesuai dengan firman Allah SWT di dalam Al-Qur`an surah Al-A`raf ayat 26. Adapun bacaan surah Al-A`raf adalah sebagai berikut:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيثًا وَرِبَاسًا وَتَقْوَىٰ ذَلِكَ خَيْرٌ ۚ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

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.”⁹

Dalam ayat ini, Allah menyerukan serta memperingatkan kepada manusia tentang kenikmatan yang diberikan olehnya. Kenikmatan yang diberikan supaya manusia tidak melaksanakan maksiat. Tetapi, hendaklah kita untuk bertaqwa kepada Allah SWT di manapun dan kapanpun.

⁹ Al-Qur`an Surah Al-A`raf, ayat 26.

Bersumber pada penjelasan diatas, dalam mencermati penampilan bagi remaja. Banyak remaja yang memiliki pendapat bahwa jika remaja tersebut memiliki penampilan yang berbeda tidak sama seperti teman-temannya. Salah satu aspek keyakinan dalam diri remaja terletak pada penampilannya karena penampilan itu sangat berarti bagi kaum remaja saat ini, seperti penampilan ingin terlihat cantik. Kecantikan merupakan standar yang digunakan oleh wanita untuk menjadi tolak ukur dalam berpenampilan. Banyak remaja yang merasa kurang puas dan minder dengan penampilannya. Sehingga ketidakpuasan terhadap penampilannya, sehingga remaja tersebut menimbulkan perasaan rendah diri dan kurang rasa percaya diri.¹⁰

Anthony menyatakan bahwa percaya diri atau keyakinan diri adalah suatu bentuk kepercayaan yang berasal dari dalam diri sendiri. Ini bersifat internal dan dapat mendukung berbagai pencapaian dan tujuan hidup, membantu seseorang tetap optimis meskipun mengalami kegagalan.¹¹ Percaya diri dianggap sebagai perilaku atau sikap terpuji yang seharusnya dimiliki oleh setiap individu. Individu yang percaya diri memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri, memungkinkan mereka untuk mengungkapkan pendapat dan melakukan tindakan dengan keberanian.

¹⁰ Muhammad Bisyr, Muhammad Fathur Rahman, "Motivasi Mahasiswa Universitas Fajar Dalam Memilih *Fashion* Sebagai Komunikasi Identitas Sosial," *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)*, Vol. 9, No. 1, (Januari, 2023), 414-421.

¹¹ Amanah Surbakti, Bazi Puti Ayu Widyasana, "A Study Of Carl Rogers Humanistic Theory On *Self-Confidence* In Broken Home Children," *Jurnal Darma Agung*, Vol. 3, No. 1, (April, 2022), 971.

Menurut Fatimah terdapat tujuh karakteristik orang yang memiliki rasa keyakinan diri, yaitu: a) Percaya pada kompetensi dan keahliannya sendiri sehingga tidak tergantung pada pujian, pengakuan, penerimaan, atau rasa hormat dari orang lain, b) Tidak merasa perlu menunjukkan kesamaan agar diterima oleh kelompoknya, c) Berani menghadapi penolakan dari orang lain dan tetap setia pada diri sendiri, d) Mampu mengendalikan diri dengan baik, tidak mudah terpengaruh suasana hati, dan menjaga keseimbangan emosionalnya, e) Memiliki pandangan positif bahwa kesuksesan dan kegagalan tergantung pada usaha dan tidak mudah menyerah atau bergantung pada orang lain, f) Memiliki pikiran optimis tentang dirinya sendiri, orang lain, dan lingkungan di sekitarnya, g) Memiliki harapan realistis terhadap dirinya sendiri dan mampu melihat sisi positif bahkan dalam situasi sulit.¹²

Berdasarkan hasil studi pendahuluan dengan metode observasi terhadap siswa yang diperoleh bahwa ada indikasi remaja di SMK Negeri 1 Tlanakan.¹³ Ternyata banyak siswa yang mengikuti *trend* dan juga *update* dengan kondisi yang sekarang seperti mengikuti setiap *trend fashion* yang ada terutama gaya kostum atau baju dan juga tata rias wajah. *Trend Fashion* yang banyak diikuti oleh siswa yaitu menggunakan *make up*, *skincare*, serta mengikuti gaya *fashion* contohnya tas, sepatu, baju dan lain sebagainya. Dan tidak hanya itu menurut siswa gaya berpenampilan memberikan dampak terhadap kepercayaan dirinya. Berdasarkan

¹² Ibid, 972.

¹³ SMK Negeri 1 Tlanakan, *Observasi Non Partisipan*, (27 Mei 2023)

latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil dan melakukan penelitian ini dengan judul “Dampak *Trend Fashion* Terhadap *Self Confidence* Siswa Di SMK Negeri 1 Tlanakan”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan, permasalahan penelitian yang dapat dirumuskan agar terarah dan sesuai. Adapun fokus penelitian tersebut antara lain.

1. Bagaimana gambaran *trend fashion* di SMK Negeri 1 Tlanakan?
2. Bagaimana siswa SMK Negeri 1 Tlanakan dalam menyikapi *trend fashion*?
3. Bagaimana dampak *trend fashion* terhadap *self confidence* siswa di SMK Negeri 1 Tlanakan?

C. Tujuan Penelitian

Mengenai tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui gambaran *trend fashion* di SMK Negeri 1 Tlanakan?
2. Untuk mengetahui siswa SMK Negeri 1 Tlanakan dalam menyikapi *trend fashion*?
3. Untuk mengetahui dampak *trend fashion* terhadap *self confidence* di SMA Negeri 1 Tlanakan?

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian mengenai dampak *trend fashion* pada *self confidence* di SMK Negeri 1 Tlanakan diharapkan dapat memberikan manfaat dan bernilai guna bagi pihak-pihak yang terkait di dalamnya, yang meliputi:

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat di jadikan rujukan referensi, masukan serta evaluasi pada dampak *trend fashion* terhadap *self confidence* siswa di SMK Negeri 1 Tlanakan.
- b. Dapat menambah pengetahuan mengenai dampak *trend fashion* terhadap *self confidence* siswa di SMK Negeri 1 Tlanakan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat menjadi salah satu referensi utama di kalangan mahasiswa. Data dan temuan yang dihasilkan diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya materi perkuliahan, memberikan kontribusi pada penelitian-penelitian lain yang mungkin memiliki kesamaan atau relevansi, serta menjadi tambahan berharga untuk perpustakaan sebagai pusat sumber pengetahuan.

- b. Bagi Guru Bimbingan dan Konseling

Dari penelitian ini, peneliti berharap guru bimbingan dan konseling dapat mengimplementasikan dan menerapkan cara berpakaian dengan tepat sebagai bentuk aspek penting dalam membentuk konsep diri siswa. Diharapkan guru bimbingan dan konseling dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk memberikan panduan praktis kepada siswa dalam memilih dan mengenakan pakaian yang mencerminkan nilai-nilai positif dan mendukung perkembangan diri mereka.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini, peneliti berharap bisa menjadi pengalaman yang sangat berharga yang akan memperluas wawasan dan pengetahuan peneliti.

E. Definisi Istilah

Untuk mencegah kesalahpahaman dan memastikan pemahaman yang sama, beberapa istilah dalam penelitian ini yang perlu diartikan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *Trend Fashion*

Trend fashion adalah pola atau kecenderungan dalam gaya berpakaian dan penampilan yang berkembang di masyarakat pada suatu periode waktu. Hal ini mencakup perubahan dalam desain, warna, bahan, aksesoris, dan elemen lain yang memengaruhi cara orang berbusana. Dan *trend fashion* terbentuk oleh pengaruh budaya, media, *public figure*, dan dinamika sosial yang ada dalam suatu masyarakat.

2. *Self Confidence*

Self confidence adalah keyakinan yang kuat pada kemampuan dan nilai diri seseorang serta kemungkinan sukses dalam menghadapi tantangan. Individu yang percaya pada diri sendiri cenderung memiliki sikap positif, mampu mengatasi hambatan, dan mencapai tujuan hidup dengan lebih baik. Hal

ini berperan penting dalam kesejahteraan psikologis, performa, dan hubungan interpersonal.

3. Siswa

Siswa merupakan anggota masyarakat yang berusaha meningkatkan potensi diri melalui pembelajaran di jalur pendidikan. Dengan demikian, pendidikan di SMK Negeri 1 Tlanakan bertujuan untuk membekali siswa putri kelas X TKJ, XI DKV, XII DKV dan XII APHPI dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk meraih kesuksesan dalam dunia kerja dan kehidupan secara umum.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Tujuan dari penelitian terdahulu adalah memberikan kerangka dalam kajian empiris dari kerangka teoritis permasalahan dengan mengadakan pendekatan terhadap bermacam permasalahan yang dialami, serta pendekatan tersebut dijadikan pemecahan masalah. Kajian penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Riani Mudiawati melakukan penelitian dengan judul “Penggunaan *Outfit* Terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Pendidikan Semester 7”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pakaian mempengaruhi kepercayaan diri mahasiswa. Seperti yang kita ketahui, banyak pelajar zaman sekarang yang lebih percaya diri saat mengenakan berbagai jenis pakaian karena berbagai alasan, seperti *brand*, model, warna bahkan kenyamanan pakaiannya. Dan tak

heran jika para pelajar gemar membeli berbagai jenis pakaian dari *brand* ternama untuk menambah rasa percaya diri. Dari permasalahan diatas *fashion* bagi mahasiswa bisa mempengaruhi dirinya dalam hal *brand*, model dan warna. Dan tidak hanya itu, ada juga beberapa permasalahan yang membuat mahasiswa merasa dibatasi oleh kampus dengan mengenakan pakaian seperti *trend fashion* dewasa saat ini, seperti menggunakan pakaian “terlalu ketat” atau bisa dibilang sedikit melanggar aturan akademik. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang percaya diri atau *self confidence*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif korelasional.¹⁴

2. Nurul Arsita, Vicky F Sanjaya, melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan *Trend Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk *Fashion* Pada Media Sosial Instagram”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup dan *trend fashion* terhadap keputusan pembelian *online* pada media sosial instagram. Sedangkan permasalahan dari penelitian ini adalah gaya hidup dan *trend fashion* yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online konsumen di jejaring sosial *instagram*. *Trend fashion* dan gaya hidup dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan ketika berbelanja *online* karena konsumen akan memilih membeli secara *online* berdasarkan kegemaran

¹⁴ Riani Mudiawati, “Penggunaan Outfit Terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Pendidikan Semester 7,” *Jurnal Psikologi Islam Al-Qalb*, Jilid 11, No.2, (Maret, 2010), 84-85.

internet, frekuensi dalam berbelanja *online*, tingkat penggunaan media sosial dan produk yang beragam. Artinya kesesuaian dengan gaya hidup dan *trend fashion* akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *Trend Fashion*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan penelitian survey dengan perolehan data menggunakan instrument kuesioner.¹⁵

3. Tri Yulia Trisnawati, melakukan penelitian dengan judul “*Fashion* Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa *fashion* sebagai bentuk ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya yang memberikan implikasi bagi pengguna *fashion*, *fashion* berkaitan dengan bagaimana orang mengkomunikasikan suatu nilai, status, kepribadian, identitas dan juga perasaan orang lain. Dan tidak hanya itu ciri dan identitas pribadi seseorang akan menjadi sesuatu yang sangat penting untuk ditunjukkan di depan masyarakat atau orang banyak, penampilan suatu individu akan menjadi tolak ukur dalam sebuah penilaian dalam suatu hubungan ataupun interaksi. *Fashion* juga seringkali digunakan untuk menunjukkan identitas personal dari individu yang bersangkutan. Hanya dengan mengenakan jenis pakaian tertentu maka, orang lain akan bisa menilai kepribadian dan citra dirinya. Sementara itu, diantara para perempuan, pada tataran usia remajalah

¹⁵ Nurul Arsita, Vicky F Sanjaya, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram,” *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, Vol 07, No. 02, (2021), 125-128.

mereka cenderung lebih terpengaruh oleh perkembangan *fashion*. Mereka yang cenderung masih belum stabil, selalu mencoba hal-hal baru, ingin selalu menonjolkan diri terutama di mata lawan jenisnya. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang *trend fashion* atau konsumsi pakaian di kalangan remaja perempuan. Dan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.¹⁶

¹⁶ Tri Yulia Trisnawati, "Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikasi," *The Messenger*, Vol. III, No. 1, (Juli, 2011), 37-40.