



Pengaruh *Fashion Influencer Thrift* @rayiputra26 terhadap Gaya Busana *Followers Instagram* @rayiputra26

Dila Putri Fatharani, Dian Widya Putri*

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 10/2/2023

Revised : 6/6/2023

Published : 14/7/2023



Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License.

Volume : 3

No. : 1

Halaman : 19-24

Terbitan : Juli 2023

ABSTRAK

Akun Instagram @rayiputra26 sering dikaitkan oleh banyak orang sebagai akun fashion influencer dan cara berpakaian mewah yang sering di unggah, akan tetapi dalam kenyataannya unggahan foto yang sering diunggah oleh @rayiputra26 dalam menonjolkan gaya berpakaian itu adalah hasil dari thrifting, Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu *Followers Instagram* @rayiputra26. Teknik pengumpulan data yaitu dengan cara penyebaran kuesioner dan observasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis. Tujuan penelitian ini yaitu Untuk mengetahui dan menganalisis Apakah terdapat pengaruh *Fashion Influencer Thrift* Pada Akun Instagram @rayiputra26 terhadap Gaya Busana *Followers Instagram* @rayiputra26. Hasil penelitian mengenai pengaruh *Fashion Influencer Thrift* memperoleh pengaruh dan signifikan Pada Akun Instagram @rayiputra26 terhadap Gaya Busana *Followers Instagram* @rayiputra26.

Kata Kunci : Fashion Thrift; Fashion Influencer; Media Sosial.

ABSTRACT

The Instagram account @rayiputra26 is often associated by many people as a fashion influencer account and how to dress luxuriously which is often uploaded, but in reality the photo uploads that are often uploaded by @rayiputra26 in highlighting the style of dress are the result of thrifting, the research method used in research This is with a quantitative approach. The sample in this study was 100 respondents, namely Instagram *Followers* @rayiputra26. Data collection techniques are by distributing questionnaires and observation. The data analysis technique used descriptive analysis, validity test, reliability test and hypothesis testing. The purpose of this study is to find out and analyze whether there is an influence of *Fashion Influencer Thrift* on the Instagram account @rayiputra26 on the fashion style of Instagram *followers* @rayiputra26. The results of the research on the influence of Thrift Fashion Influencers have a significant and significant influence on the Instagram account @rayiputra26 on the fashion style of Instagram *followers* @rayiputra26.

Keywords : Fashion Thrift; Fashion Influencer; Social Media.

© 2023 Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Busana merupakan salah satu bentuk pesan nonverbal yang memegang peranan penting. Kesan pertama seseorang tentang orang lain umumnya dibentuk dari penampilan orang tersebut. Kesan awal ini akan Busana dan aksesorisnya menunjukkan beberapa fungsi bagi manusia, seperti daya tarik, status, dan identifikasi kelompok. Jika Anda melihat lawan bicara Anda menggunakan pakaian yang kumal dan bertato, kemungkinan besar Anda akan menggunakan bahasa yang menyesuaikan dengan penampilannya (karena Anda mengira dia preman). Tetapi saat Anda berhadapan dengan seorang pria berbusana rapi, sopan, menggunakan jas dan berkacamata, Anda pasti menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar (karena Anda mengira dia adalah seorang manajer, pengusaha, dosen, dan lainnya) (Akbar and Yadi Supriadi 2021) (Rubani 2011:109).

Fashion influencer adalah seseorang yang menjadi perhatian banyak orang karena kreatif dan inovasi busananya, atau bisa mengenali apa yang terjadi di masa datang dan bisa mempopulerkannya lebih dahulu dibanding orang lain. Hal ini juga ditandai dari banyaknya akun *Fashion Influencer* dengan gaya busana *thrifting* yang tersebar di berbagai media sosial, seperti pada akun Instagram @rayiputra26 yang merupakan salah satu musisi terkenal di Indonesia khususnya kalangan muda, akun Instagram @rayiputra26 sering mengposting gaya berbusana *sporty* khas tahun 90an dengan pakaian hasil *thrifting*. Saat ini @rayiputra bisa dikatakan sebagai salah satu *fashion influencer*. (Samudra Eka Cipta and Rinto Budi Santosa 2022)

Fashion *Thrifting* dan gaya hidup memiliki kaitan yang erat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu (2018) menyatakan bahwa keterlibatan seseorang dengan suatu produk pakaian karena adanya kebutuhan, keinginan, kepentingan, ketertarikan dan nilai terhadap produk *fashion* tersebut, dan perilaku pembelian. Dengan berkembangnya *trend fashion* saat ini yang diikuti dengan perubahan zaman yang ada dan *trend* yang berlaku hidup konsumen *thrifting* dalam lingkup masyarakat, mayoritas terpengaruh oleh fenomena tersebut, karena keinginannya untuk selalu berpenampilan *trendy* (Sulaeman and AG. Sudibyo 2021). Faktor psikologis tersebut menjadi sebab semakin menjamurnya tempat untuk menggunakan gaya busana *Thrifting*. Beberapa masyarakat lebih memilih untuk menggunakan gaya busana *Thrifting* demi menekan *budget* agar keperluan gaya hidup (*Lifestyle*) mereka terpenuhi. (Samudra Eka Cipta and Rinto Budi Santosa 2022)

Hal tersebut dapat mempengaruhi *self image* (citra diri) yang merupakan bagian dari konsep diri seseorang. Dalam memperoleh jati diri, milenial berusaha membentuk citra atau *image* tentang dirinya dan upaya ini terlihat dalam suatu gambaran tentang bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya. Termasuk didalamnya bagaimana ia mencoba menampilkan diri secara fisik. Hal tersebut membuat mereka sensitif terhadap gambaran fisik sehingga mendorong mereka melakukan berbagai upaya agar tampilan fisiknya sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka. (Refi Maulana Yusuf and Dadi Ahmadi 2022)

Berdasarkan fenomena empiric dan relitas yang terjadi ke dalam kehidupan di era saat ini khususnya mengenai dunia *fashion*, peneliti menggaris bawahi bahwa terdapat ketertarikan pada *fashion thrifting* yang semakin menjamur ke dalam gaya hidup masyarakat, budaya tersebut muncul karena adanya sebagian tokoh masyarakat yang mulai menggunakan produk-produk yang berasal dari *thrift shop*. (Nuril Lutfiah Saleh and Dedeh Fardiah 2022)

(Sheldrake, 2017:29) mengemukakan pendapat mengenai *influencer* yaitu *digital influencer*. *Digital influencer* adalah bentuk kemampuan untuk dapat mempengaruhi dan merubah opini yang dilakukan secara online dan umumnya dilakukan pada *social networking* dan memiliki pengaruh yang besar terhadap *social media*. (Samudra Eka Cipta and Rinto Budi Santosa 2022)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Seberapa Besar Pengaruh *Fashion Influencer Thrift @Rayiputra26* Terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @Rayiputra26?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb. (1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Trustworthinnes Fashion Influencer Thrift @rayiputra26* terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @rayiputra26. (2) Untuk mengetahui apakah

terdapat pengaruh *Expertise Fashion Influencer Thrift @rayiputra26* terhadap Gaya Busana *Followers Instagram @rayiputra26*. (3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Attractiveness Fashion Influencer Thrift @rayiputra26* terhadap Gaya Busana *Followers Instagram @rayiputra26*. (4) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Respect Fashion Influencer Thrift @rayiputra26* terhadap Gaya Busana *Followers Instagram @rayiputra26*. (5) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Similarity Fashion Influencer Thrift @rayiputra26* terhadap Gaya Busana *Followers Instagram @rayiputra26*. (6) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Fashion Influencer Thrift Pada Akun Instagram @rayiputra26* terhadap Gaya Busana *Followers Instagram @rayiputra26*.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah *Followers Instagram @Rayiputra26* yang berjumlah 223 ribu dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. (Sugiyono 2007)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik Random Sampling. Menurut Sugiyono (2011) Random sampling dikatakan simple (sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Penulis memilih metode sampling ini dikarenakan jumlah populasi yang diketahui dengan jumlahnya yang besar, maka penulis menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan jumlah sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. (Moleong 2004)

C. Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Fashion Influencer (X) terhadap Tingkat Gaya Busana *Followers (Y)* Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh fashion influencer Rayi Putra terhadap gaya busana *followers Instagram Rayi Putra*. Hasil Uji Validitas Variabel Fashion Influencer.

Tabel 1.1 Pengaruh *Fashion Influencer (X)* terhadap Tingkat Gaya Busana *Followers (Y)*

Dimensi	Item Butir Pertanyaan	R tabel	R hitung	Keterangan
<i>Trustworthinne</i>	1	0,197	0,619	Valid
	2	0,197	0,583	Valid
	3	0,197	0,400	Valid
<i>Expertise</i>	1	0,197	0,640	Valid
	2	0,197	0,557	Valid
	3	0,197	0,512	Valid
<i>Attractiveness</i>	1	0,197	0,447	Valid
	2	0,197	0,516	Valid
<i>Respect</i>	1	0,197	0,624	Valid
	2	0,197	0,655	Valid
<i>Similarity</i>	1	0,197	0,377	Valid
	2	0,197	0,577	Valid

Dari hasil data diatas diperoleh untuk variabel *Fashion Influencer* semua menunjukkan R Hitung lebih besar dari pada R Tabel sehingga semua butir pernyataanya bisa dikatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Busana

Dimensi	Item Butir Pertanyaan	R tabel	R hitung	Keterangan
Emosi	1	0,197	0,895	Valid
	2	0,197	0,802	Valid

Tingkah Laku	1	0,197	0,895	Valid
	2	0,197	0,802	Valid
Differensiasi	1	0,197	0,895	Valid
	2	0,197	0,892	Valid

Dari hasil data diatas diperoleh untuk variabel Gaya Busana semua menunjukkan R Hitung lebih besar dari pada R Tabel sehingga semua butir pernyataanya bisa dikatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Pengujian reliabilitas ditujukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dengan kata lain bahwa reliabilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya/diandalkan, bila alat pengukuran tersebut digunakan dua kali atau bahkan lebih, untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten.

Menurut Wiratna Sujerweni (2014:54) kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha $> 0,6$.

Tabel 1.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Titik kritis
Fashion Influencer (X)	0,785	0,600
Gaya Busana (Y)	0,932	0,600

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel X yaitu Fashion Influencer menunjukkan reliabilitas yang tinggi karena mencapai 0,785 yang termasuk pada kategori reliabel, yang artinya kuesioner penelitian tentang Fashion Influencer dapat dipercaya/diandalkan, jika alat pengukur atau kuesioner tersebut digunakan dua kali atau bahkan lebih, untuk mengukur gejala yang sama.

Untuk hasil uji reliabilitas terhadap variabel Y yaitu Gaya Busana menunjukkan reliabilitas yang tinggi karena mencapai 0,932 yang termasuk pada kategori reliabel, yang artinya kuesioner penelitian tentang Gaya Busana dapat dipercaya/diandalkan, jika alat pengukur atau kuesioner tersebut digunakan dua kali atau bahkan lebih, untuk mengukur gejala yang sama.

Dari tabel di atas, dapat diketahui pengaruh fashion Influencer terhadap gaya busana *followers* Pada nilai *Trustworthinnes* memperoleh korelasi berada di dalam daerah kuat, maka pengikut Rayi Putra di dalam media *Instagram* dapat dikatakan sudah mempercayai setiap aktivitas dalam melakukan *review* produk atau pada saat penggunaan produk yang berasal dari *thrifting*, kepercayaan pengikutnya didasari oleh sikap dan gaya bicara yang ditunjukkan pada saat mengunggah pakaian berjenis *thrifting*.

Sedangkan nilai *Expertise* memperoleh korelasi berada di dalam daerah sangat rendah, dari hasil tersebut Rayi Putra memiliki kekurangan dalam memberikan teknik pembahasan baik secara konten ataupun pembahasan yang diterapkan, meskipun pengikutnya mempercayai Rayi Putra namun *influencer* tersebut tidak dapat menunjukkan keahlian dalam bidang *thrift shop*.

Pada nilai *Attractivinnnes* memperoleh korelasi berada di dalam daerah sedang, daya tarik yang dimiliki oleh Rayi Putra tidak memiliki hubungan yang kuat, hal tersebut dikarenakan keahlian atau pemahaman dalam bidang *thrifting* tidak terlalu baik pengetahuannya, daya tarik tersebut kalah oleh *influencer* sejenis yang senang membahas bidang *thrift shop*.

Lalu nilai *Respect* memperoleh korelasi berada di dalam daerah rendah, maka pengikut Rayi Putra di dalam media *Instagram* dapat dikatakan tidak terlalu memberikan apresiasi baik itu memberikan nilai melalui komentar maupun simbol-simbol yang disediakan dalam fitur *Instagram*, rendahnya tingkat penghargaan yang diberikan perlu dilakukan perubahan dengan lebih mendekatkan hubungan dengan masyarakat.

Pada nilai *Similarity* memperoleh korelasi berada di dalam daerah sedang, maka pengikut Rayi Putra di dalam media *Instagram* dapat dikatakan ada yang memiliki kesamaan selera dalam penggunaan gaya busana yang berasal dari dunia *Thrift Shop*, adapun yang tidak selaras dengan kemauan pengikutnya,

kesenjangan tersebut tidak dapat diimbangi dan cenderung semakin lama akan mengalami kebosanan bagi setiap pengikutnya karena kualitas dalam memberikan gambaran mengenai *thrifting* tidak sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh para pengikutnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan dengan pengujian statistica, maka peneliti akan menjelaskan mengenai “Pengaruh *Fashion Influencer Thrift* Pada Akun Instagram @Rayiputra26 Terhadap Gaya Busana”, sebagai berikut ; (1) Pada *Fashion Influencer Thrift* (X) yang dicari dalam trustworthitnes dapat disimpulkan bahwa antara trustworthitnes *Fashion Influencer Thrift* @rayiputra26 berpengaruh terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @rayiputra26 karena H1 menunjukkan signifikansi yang searah. (2) Pada *Fashion Influencer Thrift* (X) yang dicari dalam Expertise ini analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa antara Expertise *Fashion Influencer Thrift* @rayiputra26 berpengaruh terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @rayiputra26. (3) Pada *Fashion Influencer Thrift* (X) yang dicari dalam Attractiveness ini analisis tersebut Attractiveness *Fashion Influencer Thrift* @rayiputra26 berpengaruh terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @rayiputra26. (4) Pada *Fashion Influencer Thrift* (X) yang dicari dalam Respect ini analisis tersebut respect *Fashion Influencer Thrift* @rayiputra26 tidak berpengaruh terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @rayiputra26. (5) Pada *Fashion Influencer Thrift* (X) yang dicari dalam similitarity ini analisis tersebut similitarity *Fashion Influencer Thrift* @rayiputra26 berpengaruh terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @rayiputra26. (6) nilai signifikansi sub-variabel fashion influencer dengan gaya busana sebesar 0.000 yang memiliki arti bahwa $0.000 < 0.01$ dan Thitung $7,524 > T_{table} 1.290$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 “Tidak terdapat hubungan *Fashion Influencer Thrift* @rayiputra26 tidak berpengaruh terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @rayiputra26.” ditolak dan H1 “Terdapat hubungan antara *Fashion Influencer Thrift* @rayiputra26 tidak berpengaruh terhadap Gaya Busana *Followers* Instagram @rayiputra26.” diterima. Kekuatan hubungan korelasional dari kedua variabel sebesar 0.643 yang termasuk ke dalam interval koefisien 0,60 – 0,799 dengan kekuatan hubungan yang “Kuat”. Arah hubungan dari kedua variabel pun searah dan positif. Berdasarkan analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hubungan Trustworthinnes dan gaya busana masuk dalam kategorisasi interval kuat, lalu Attractiveness dan similitarity masuk dalam kategorisasi interval sedang, lalu respect berada dalam kategorisasi interval rendah sedangkan Expertise masuk dalam kategorisasi sangat rendah.

Daftar Pustaka

- Akbar, Mohammad Rezandy, and Yadi Supriadi. 2021. “Hubungan Media Massa Online Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 1(1):35–44. doi: 10.29313/jrjmd.v1i1.171.
- Moleong, J. Lexy. 2004. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nuril Lutfiah Saleh, and Dedeh Fardiah. 2022. “Impression Management News Anchor Dalam Membawakan Berita.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 1(2):98–106. doi: 10.29313/jrjmd.v1i2.490.
- Refi Maulana Yusuf, and Dadi Ahmadi. 2022. “Kampanye Budaya Beberes Di Media Sosial Instagram.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 151–58. doi: 10.29313/jrjmd.v2i2.1530.
- Rubani, M. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Pekanbaru: Unri Press.
- Samudra Eka Cipta, and Rinto Budi Santosa. 2022. “Penggunaan Meme Sejarah Di Jejaring Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Sejarah Masyarakat Indonesia.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 129–34. doi: 10.29313/jrjmd.v2i2.1368.

Sheldrake, Paul. 2017. "Starch. In: Imeson, Alan (Ed). *Food Stabilisers, Thickeners and Gelling Agents.*"

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Afabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Afabeta.

Sulaeman, and AG. Sudiby. 2021. "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah PT. X." *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 1(2):89–97. doi: 10.29313/jrjmd.v1i2.427.