

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tahap remaja adalah periode ketika seorang individu memasuki fase transisi dari masa anak-anak menuju kedewasaan (Lestarina dkk., 2017). Selama fase ini, remaja seringkali berupaya mencari identitas diri mereka yang sebenarnya. Masa remaja individu tidak lagi merasa seperti anak-anak dan mulai merasa sebanding dengan orang dewasa, terutama dalam hal hak-hak mereka dan integrasi dalam masyarakat dewasa. Ini sering kali terjadi selama masa pubertas, yang juga mencakup perubahan fisik yang mencolok dan perubahan intelektual yang signifikan. Transformasi dalam cara berpikir remaja memungkinkan mereka untuk lebih terintegrasi dalam hubungan sosial dengan orang dewasa, yang merupakan karakteristik umum dari periode perkembangan ini. Salah satu perubahan yang paling mencolok selama masa remaja adalah perubahan fisik. Pada masa ini, pertumbuhan fisik belum mencapai titik puncaknya, sehingga sebagian besar remaja mungkin tidak puas dengan bentuk tubuh mereka. Oleh karena itu, beberapa remaja mungkin mencoba meningkatkan penampilan fisik mereka dengan membeli pakaian dan produk kecantikan yang dapat menonjolkan fitur yang dianggap menarik (Lestarina dkk., 2017).

Remaja seringkali memiliki dorongan untuk mendapatkan pengakuan sosial dari teman-teman sebaya mereka. Ini bisa menyebabkan mereka menjadi konsumtif

dalam hal *fashion*, karena mereka merasa tekanan dari pengaruh teman sebaya untuk mendapatkan pengakuan sosial. Perilaku konsumtif ini seringkali terbentuk karena konsumsi menjadi bagian penting dari gaya hidup mereka (Lestarina dkk., 2017).

Lingkungan teman sebaya yaitu dimana akan terjadi suatu interaksi yang bersifat teratur dengan kumpulan orang-orang yang memiliki kesamaan dalam hal usia dan status. Teman sebaya memainkan peran besar selama masa remaja. Seorang remaja dapat terpengaruh oleh teman sebaya yang mereka anggap sukses atau modis. ketika seorang remaja menemukan seseorang yang ingin mereka tiru (Satsangi, 2021).

Normal bagi seorang remaja untuk berpakaian atau berperilaku seperti seseorang yang mereka kagumi. Interaksi sosial yang terjalin pada teman sebaya dapat terjadi dimana saja, khususnya remaja dapat terjalin dalam lingkungan sekolah maupun lingkungan sekitar, lingkungan dimana terdapat kelompok teman sebaya akan memicu berbagai indikator, yaitu adanya persaingan antar teman sebaya, pertentangan, kelompok teman sebaya juga dapat menjadi tempat selain keluarga juga menjadi tempat kerja sama yang baik, serta perpaduan diantaranya (Satsangi, 2021).

Remaja sering kali menyerah pada tekanan teman sebaya karena teman-teman mereka meminta mereka untuk melakukan sesuatu (Wulandari, 2023). Sebagian besar waktu mereka terpengaruh oleh teman-teman mereka dan mencoba meniru gaya atau cara teman-teman mereka melakukan hal-hal tertentu. Terkadang ini disebabkan oleh ketertarikan kuat pada teman-teman mereka dan kadang-kadang

hanya untuk diterima di kelompok teman sebaya. Terpengaruh oleh kelompok teman sebaya adalah hal yang paling umum pada zaman sekarang (Satsangi, 2021).

Fashion telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari penampilan dan gaya hidup sehari-hari. Seiring perkembangan waktu, *fashion* tidak lagi terbatas pada pakaian dan aksesoris seperti kalung dan gelang, tetapi juga mencakup benda-benda fungsional lain yang dikombinasikan dengan desain yang inovatif dan unik untuk meningkatkan penampilan penggunanya (Panedkk., 2018).

Fashion, sebagai wujud ekspresi diri dan sarana komunikasi individu, memiliki dampak yang signifikan pada cara seseorang berkomunikasi nilai, status, kepribadian, identitas, dan emosi kepada orang lain. Di tengah masyarakat di mana penilaian sosial seringkali didasarkan pada aspek individualitas, ciri-ciri pribadi dan identitas menjadi elemen yang sangat penting yang harus dinyatakan melalui pilihan mode pakaian. *Fashion* memiliki kemampuan unik untuk mengungkapkan pesan yang mungkin tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata, sehingga seringkali digunakan untuk mengekspresikan identitas pribadi (Purbaningrum, 2008).

Fashion sangat erat kaitannya dengan perempuan, khususnya perempuan usia remaja yang demam *fashion* dimana hal ini memiliki dampak yang besar bagi kehidupan mereka (Purbaningrum, 2008). Perempuan pada usia remaja lebih cenderung mudah terpengaruh oleh perkembangan *fashion* (Prajawinanti dan Fitria, 2023). Bahkan remaja putri saat ini nampak sangat mengikuti mode atau dapat dikatakan *fashionable*. Dimanapun mereka, di lingkungan sekolah, rumah, tempat umum, mereka tetap terlihat *fashionable*, hal ini dapat dilihat dari apa yang mereka kenakan, mulai dari pakaian yang mereka kenakan, saat ini remaja seringkali

kendalikan segala keputusannya dalam hal pembelian *fashion* yang mereka inginkan. Mereka dapat mengambil keputusan sendiri tanpa mencari pendapat orang tua terlebih dahulu dalam hal pembelian produk *fashion*. Mereka dengan leluasa bisa memilih *fashion* yang dirasa cocok dengan selera tanpa melibatkan orang tua (Purbaningrum, 2008).

Tren *Fashion* merupakan arah kecenderungan seseorang pada konsumsi produk *fashion*, yang dapat berupa siluet, warna dan gaya. Pergerakan tren *fashion* dapat dipengaruhi oleh sosial, peristiwa dunia, subkultur, kondisi ekonomi, teknologi, serta pengaruh pelopor *fashion* di mana sangat mempengaruhi perkembangan tren *fashion* yang ada (Aninda dk, 2023). Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan melalui tiktok dan instagram, tren *fashion* yang masih eksis saat ini yaitu: *crop top*, rok cargo, dan pakaian *unisex* dan *fashion* korea.

Hasil penelaahan yang di peroleh dari jurnal dengan judul “Analisis Resepsi Remaja Perempuan Terhadap Gaya Hidup Berbelanja *Fashion* Melalui Tayangan Video Belanja Gak Aturan” dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby oleh Nurjihan Pricillia Purnamasari dan Ririn Puspita Tutiasri (Purnamasari dkk., 2021). Wawancara ini diikuti oleh sepuluh informan dengan latar belakang yang berbeda, dalam wawancara ini delapan dari sepuluh informan menyatakan sangat setuju dengan istilah belanja tidak aturan. Delapan dari sepuluh informan berpendapat pengaruh media sosial serta orang yang terlihat lebih keren dapat mempengaruhi, sehingga menginginkan hal-hal yang dipakai orang tersebut dan merasa tidak mau kalah. Informan juga berpendapat *trend* dan ego juga dapat mempengaruhi perilaku dalam berbelanja, seperti membeli sesuatu yang terlihat lucu namun tidak berfungsi, harga yang murah juga menjadi sangat menarik. Dua dari sepuluh

informan menyatakan tidak setuju, informan berpendapat hal tersebut hanya membuang-buang uang, dimana umumnya remaja belum mempunyai penghasilan (Purnamasari. dk, 2021).

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat gaya hidup dan perilaku kalap dalam berbelanja *fashion* memang sering terjadi pada remaja perempuan, menurut beberapa informan memang nyata adanya perempuan saat belanja menjadi kalap dan berlebihan untuk mengikuti tren dan arus mode, walaupun dengan *budget* yang dimiliki berbeda-beda (Purnamasari.dk, 2021).

Preferensi *fashion* merujuk pada penentuan dan kecenderungan individu dalam memilih serta mengambil alih beragam opsi gaya berpakaian, jenis pakaian, aksesoris, warna, dan mode dalam dunia *fashion*. Hal ini mencerminkan bagaimana seseorang membuat pilihan mengenai cara berpakaian dan mengekspresikan identitas mereka melalui tampilan pribadi mereka. Preferensi *fashion* seseorang dapat melibatkan berbagai faktor, seperti gaya busana sehari-hari, pakaian formal, pakaian santai, pilihan warna, merek pakaian, dan sejenisnya (Lestarina dkk., 2017).

Dorongan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan keinginan untuk diterima oleh orang lain mendorong remaja untuk melakukan pembelian secara berlebihan, yang pada gilirannya dapat menyebabkan munculnya perilaku membeli yang tidak seimbang pada remaja. Mereka melakukan ini agar terlihat menarik dengan memakai pakaian dan aksesoris seperti sepatu, tas, jam tangan, dan lainnya yang dapat meningkatkan penampilan mereka. Remaja sering kali juga merasa perlu untuk mengikuti tren terbaru dan membeli barang-barang menarik, karena takut dianggap ketinggalan zaman dan tidak termasuk dalam kelompok yang

"kool". Akibatnya, mereka mungkin tidak lagi mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya saat berbelanja, melainkan lebih cenderung membeli berdasarkan keinginan, yang berlebihan dan tidak seimbang. Sikap dan perilaku yang tidak seimbang ini disebut sebagai perilaku konsumtif (Lestarina dkk., 2017).

Remaja mungkin ingin mengikuti tren dan mencoba produk-produk baru, serta berharap mendapatkan pengakuan sosial dari lingkungan sekitar mereka. Oleh karena itu, gaya hidup remaja seringkali cenderung mengikuti mayoritas teman sebayanya dalam hal *fashion* dan konsumsi produk (Rayyan, 2017).

Pengaruh tren *fashion* di lingkungan remaja memang tidak dapat dihindari di zaman ini, banyak remaja mengenakan pakaian seperti crop top, dimana terkadang terlihat tidak sesuai dengan bentuk tubuhnya, mengenyakannya hanya untuk mengikuti arus tren dan mode, tanpa melihat dari segi kenyamanan saat memakainya. Selain itu penggunaan pakaian yang mengikuti arus tren dan mode terkadang di kenakan tidak pada tempatnya. Seseorang yang berada pada kelas ekonomi yang berbeda dituntut untuk mengikuti arus tren yang sama.

Berdasarkan penelahaan jurnal dengan judul “ Gaya Berpakaian Crop Top Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Jember Untuk pengelolaan Kesan Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman’’, terdapat data hasil wawancara mahasiswi di Universitas Jember sebagai berikut: 1) Salah satu mahasiswi berpendapat bahwa crop top sangat mudah di padupadankan dengan outfit lain, dan outfit apapun yang dipadukan dengan crop top pasti terlihat keren, 2) Ketika mengenakan crop top, mahasiswi tersebut merasa lebih mudah berbaur dan di terima oleh kelompoknya, dengan memakai crop top bisa lebih di hargai di lingkungan pertemanan, 3) Merasa hidup lebih di apresiasi dengan mengenakan

crop top, banyak pujian yang di dapat di sosial media, 4) Pemakaian crop top sebenarnya tidak nyaman, karena terbuka, namun jika tidak mengenakannya akan terlihat ketinggalan zaman, sehingga harus mengenakannya demi atensi lebih dari orang lain, 5) Referensi *fashion* dapat di lihat di sosial media, pinteres dan lingkungan teman sebaya (Saviola dkk., 2024).

Berdasarkan data di atas maka dapat disimpulkan seorang dominan mengenakan pakaian untuk memper indah diri dan agar diterima oleh lingkungan teman sebayanya, dan tentunya mengenakan pakaian mengikuti tren dan mode ini memiliki sisi negatif dan positif bagi penggunaanya. Pada akhirnya seseorang menjadi mengesampingkan keinginan dan kenyamanan bagi dirinya demi mendapatkan pengakuan teman dan publik.

Penelitian ini dilakukan di seluruh SMA Negeri di Kota Singaraja, yang terdiri dari SMA 12,3 dan 4 Singaraja, dimana siswa-siswinya berasal dari segala golongan dan daerah, sehingga akan terdapat berbagai fariasi latar belakang dari siswa dan siswinya. Berdasarkan pengamatan peneliti siswa-siswi di SMA Negeri di Kota Singaraja terdapat system bergaul yang bersifat berkelompok, walaupun tidak semua, namun sebagian besar membentuk kelompok yang dipengaruhi berbagai faktor.

Penelitian yang lebih mendalam tentang bagaimana paparan teman sebaya memengaruhi preferensi *fashion* remaja dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana remaja memilih dan mengadopsi preferensi *fashion*. Hal ini juga dapat membantu para pengusaha di industri *fashion* untuk mengembangkan strategi baru dalam memenuhi kebutuhan *fashion* remaja yang selalu berubah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disusun, maka identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terdapat masalah remaja dalam pemilihan busana, yaitu pemilih busana terlihat tidak sesuai dengan bentuk tubuhnya, mengenakannya hanya untuk mengikuti arus tren dan mode tanpa melihat dari segi kenyamanan saat memakainya.
2. Dalam memilih busana remaja terpengaruh oleh teman-teman sebayanya, mencoba meniru gaya atau cara teman-temannya berbusana hanya untuk diterima di kelompok temannya. Hal ini menyebabkan remaja yang berada pada kelas ekonomi yang kurang mampu akan memaksakan untuk mengikuti cara berbusana teman-temannya yang memiliki ekonomi lebih mampu.
3. Penelitian terdahulu tentang teman sebaya sudah ada dilakukan, tetapi belum banyak yang berkaitan tentang busana, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh teman sebaya terhadap preferensi *fashion*.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada pengaruh teman sebaya terhadap preferensi *fashion* di kalangan remaja. Pada penelitian ini terdapat variabel-variabel yaitu paparan teman sebaya, dan preferensi *fashion*.

1.4 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang telah disajikan adalah apakah teman sebaya berpengaruh terhadap preferensi *fashion* di kalangan remaja?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh teman sebaya terhadap preferensi *fashion* pada kalangan remaja.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah pemahaman terkait pengaruh teman sebaya terhadap preferensi *fashion* pada kalangan remaja.

1.6.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan pengaruh teman sebaya terhadap preferensi *fashion* pada kalangan remaja dan acuan ketika penulis ingin memulai suatu usaha, mengenali calon konsumen dari penelitian ini.

2. Bagi Masyarakat

Manfaat penelitian ini berguna kepada masyarakat untuk dapat lebih sadar tentang pentingnya memberikan dukungan dan mengembangkan pemahaman yang lebih baik terhadap pemilihan busana di kalangan remaja agar pemilihan busana tetap sesuai dengan aturan dan norma kesopanan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang psikologi sosial, studi konsumen, atau dinamika sosial yang berkaitan dengan

preferensi fashion remaja. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang berharga bagi peneliti lain yang tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana dinamika sosial mempengaruhi preferensi *fashion* dalam kelompok remaja.

