

ANALISIS KONSTRUKSI IDENTITAS MAHASISWA UNIVERSITAS SEBELAS MARET DALAM MELIHAT FENOMENA *OUTFIT OF THE DAY* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Yoga Wisnu Mukti¹
yowisnaknu@gmail.com

Abstract

There is an increase consumption fashion goods in the community. Consumption value increasing by 58.1% from previous year. In digital society, the perspective regarding fashion objects, especially OOTD, has shifted from seeing item based on used value to symbolic value. There is a strong motivation consumers to carry out consumption actions, so they consider OOTD products as characteristics that must implemented through style, clothing, and symbolic meanings that constructed through a new identity that is trendy and up to date to keep up with the times. This research aims to find identity construction of UNS students and implications FOMO and identity formed related to the OOTD phenomenon. This research uses qualitative method with phenomenological approach. The theory used in this study uses Peter Burke's identity theory. The results of this study show that the process student identity construction begins when a perception of OOTD such as up to date, fashionable, prestige, elegant is obtained through virtual and social environments then compared with previously inherent identity standards. Furthermore, the comparator sends a signal of a mismatch between incoming perception and identity standards, this causes FOMO, and has implications for impulse buying activities. After students experience error signals and implications for impulse buying, the final step in identity construction process is output, they re-represent through the style of dress through virtual identity as self-verification. Through the OOTD phenomenon, there are identities formed such as virtual identity, individual identity, role identity, and group identity.

Keywords: *Outfit of The Day, Instagram, Identity Construction*

Abstrak

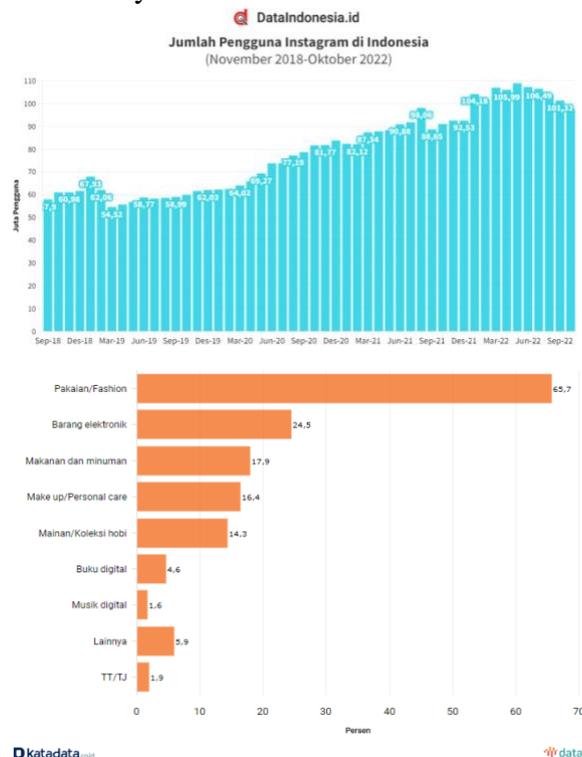
Adanya peningkatan konsumsi barang *fashion* masyarakat dengan nilai konsumsi mengalami kenaikan sebesar 58,1% dari tahun sebelumnya. Pada masyarakat *digital* sekarang cara pandang terkait objek *fashion* terutama OOTD sudah beralih dari yang semula melihat sebuah barang berdasarkan *used value* kini berubah menuju *symbolic value*. Adanya motivasi kuat dalam diri konsumen untuk melakukan tindakan konsumsi, sehingga menganggap produk OOTD sebagai ciri yang harus diimplementasikan melalui gaya, busana, maupun makna simbolik yang dikonstruksi melalui identitas baru yang trendy dan *up to date* guna senantiasa mengikuti perkembangan zaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi identitas mahasiswa UNS serta implikasi terhadap FOMO dan identitas yang terbentuk terkait fenomena OOTD. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori identitas Peter Burke. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses konstruksi identitas mahasiswa dimulai ketika sebuah persepsi mengenai OOTD seperti *up to date, fashionable, prestige, elegant* di dapatkan melalui lingkungan virtual dan sosial yang kemudian dibandingkan dengan standar identitas yang sudah melekat sebelumnya. Selanjutnya komparator mengirim sinyal ketidakcocokan antara persepsi yang masuk dengan standar identitas yang dipegang maka hal ini menyebabkan FOMO, dan berimplikasi terhadap kegiatan *impulse buying*. Setelah mahasiswa mengalami error signal dan berimplikasi terhadap *impulse buying*, maka langkah terakhir dalam proses konstruksi identitas ini berupa output yang mereka representasikan ulang melalui gaya berpakaian melalui identitas virtual sebagai *self-verification*. Melalui fenomena OOTD, terdapat identitas yang terbentuk seperti identitas virtual, identitas individu, identitas peran, dan identitas kelompok.

Kata Kunci: *Outfit of The Day, Instagram, Konstruksi Identitas*

PENDAHULUAN

Trend fenomena isitilah OOTD lahir pada awal kemunculan instagram. *Outfit of The Day* dijadikan sebagai aksi untuk memamerkan bentuk identitas mereka yang selalu up to date dan memuat berbagai makna simbolik tertentu. Melalui fenomena trend OOTD yang ditampilkan oleh para fashionista, yang kemudian disematkan berbagai citra dan kesan tertentu menimbulkan hasrat masyarakat untuk membangun identitas mereka dan memproduksi ulang identitas tersebut dalam dirinya

Dampak positif dari kemajuan teknologi informasi terhadap masyarakat dapat berupa mudahnya akses seseorang untuk memproduksi, mengkonsumsi, dan mendistribusikan segala bentuk informasi yang dapat berupa pesan, gambar, maupun pertukaran akan makna. Terkait adanya fenomena OOTD, peran media sangat besar dalam menjembatani penyebaran perkembangan barang *fashion* yang ada terutama pada media instagram. Hal ini berdampak pada masyarakat yang akan selalu memiliki referensi pilihan akan gaya berbusananya



Selain itu terdapat juga dampak negatif yang secara tidak langsung mempengaruhi perilaku masyarakat. Dampak negatif yang dirasakan dengan adanya kemajuan teknologi ialah dengan semakin banyaknya produk-produk *fashion* yang ditawarkan secara bebas di Instagram. Hal ini menjadikan setiap orang bisa melihat produk tersebut tanpa harus pergi ke toko *fashion*. Sehingga hal ini berpotensi menimbulkan munculnya motivasi tindakan konsumsi akan produk *fashion* tersebut. Fenomena *style fashion OOTD (Outfit of The Day)* yang secara terbuka dan bebas diakses pada media sosial instagram menjadikan instagram sebagai wadah inspirasi bagi kalangan anak muda untuk berpakaian serupa sebagai bentuk representasi gaya hidup yang up to date serta sebagai pola pembentukan identitas baru mereka yang terpengaruh oleh trendsetter (Lisdiantini, N., Subiyantoro, S., & Afandi, Y. 2019)

Pengiklanan produk *fashion* secara massal pada instagram telah merevolusi cara pandang masyarakat dalam melihat barang *fashion*. Masyarakat akan mudah tergiur dengan produk *fashion* yang ditawarkan dengan melihat *style OOTD* yang ada pada

media instagram tersebut. Pada masyarakat *digital* sekarang ini cara pandang terkait fenomena trend OOTD sudah beralih dari yang semula melihat sebuah barang berdasarkan *used value* kini berubah menuju *symbolic value*. Adanya motivasi yang kuat dalam diri konsumen untuk melakukan tindakan konsumsi, sehingga menganggap produk OOTD sebagai ciri penting yang harus diimplementasikan melalui gaya, busana sikap, maupun makna simbolik yang dilakukan melalui konstruksi identitas baru yang trendi dan up to date guna senantiasa mengikuti mobilitas perkembangan zaman (Baudrillard, J. 2016)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teori Identitas Peter Burke. Teori identitas Peter Burke ini berangkat dari sebuah proses pemasukan input yang berupa persepsi yang mengandung makna kemudian kumpulan persepsi itu membentuk sebuah standar identitas dan akan dibandingkan oleh komparator yang ada. Dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melihat dan mengupas sebuah proses konstruksi identitas masyarakat dalam melihat fenomena fashion OOTD serta implikasinya terhadap *fear of missing out*. Selain itu bagaimana bentuk perubahan identitas yang terjadi di dalam masyarakat melalui sebuah teori identitas Peter Burke.

TINJAUAN PUSTAKA

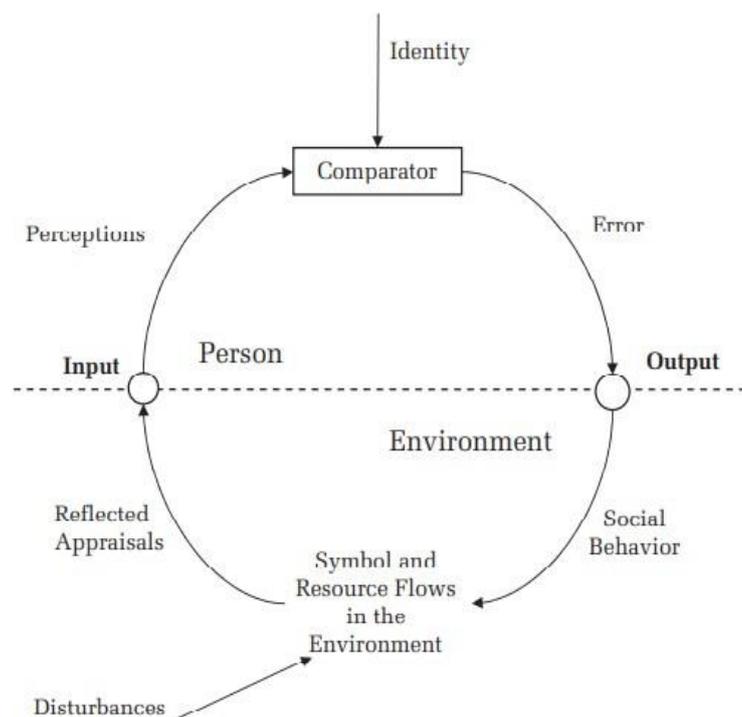
Dalam penelitian ini penulis menggunakan berbagai referensi penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan rujukan terkait kebaruan penelitian yang dilakukan. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ulfah R (2016) “Fenomena Penggunaan Foto *Outfit Of The Day* di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman)”. Penelitian kedua dilakukan oleh Triyanto (2017) “Motif Eksistensi Melalui Penggunaan Hastag (#OOTD) di Media Sosial Instagram”. Penelitian ketiga dilakukan oleh Irawan (2018) “Pengaruh Visualisasi Foto OOTD (*Outfit of The Day*) Selebgram sebagai Strategi Promosi Produk Fashion terhadap Persepsi Wanita”. Penelitian keempat dilakukan oleh Fauzi (2017) “PENGELOLAAN KESAN MAHASISWA PENGGUNA OOTD STYLE DI INSTAGRAM”. Penelitian kelima, dilakukan oleh Fitri (2020) “Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja”. Penelitian Keenam dilakukan oleh Djafarova (2021) “*Instagram made me buy it: Generation Z impulse purchases in fashion industry*”. Penelitian Ketujuh, dilakukan oleh Lee (2015) “*Daily outfit satisfaction the effect of self and other evaluation on satisfaction with what I wear today*”.

Dari penelitian sebelumnya yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini memiliki perbedaan dan kebaruan yaitu tentang bagaimana sebuah fenomena OOTD pada media sosial instagram mengambil peran dalam proses konstruksi identitas serta bentuk implikasi dari adanya *fear of missing out* Mahasiswa di Universitas Sebelas Maret. Selain itu penelitian ini juga menganalisis terkait bentuk identitas yang muncul mengenai fenomena OOTD di Instagram. Terkait kebaruan teori yang digunakan dalam menganalisis fenomena OOTD peneliti mengguna Teori Identitas yang dikemukakan oleh Peter Burke.

Dalam penelitian ini menggunakan teori identitas Peter Burke. Teori Identitas Peter Burke dalam karyanya yang berjudul “*Identity Theory*” menggarisbawahi sebuah dinamika individu yang beroperasi dalam sebuah identitas yang berusaha menjaga dalam sebuah situasi tertentu. Teori identitas Peter Burke sangat dipengaruhi oleh pandangan interaksionis simbolik Herbert Mead untuk menunjukkan perspektif yang berfokus pada sebuah karakter unik yang dimiliki oleh manusia dimana dalam setiap proses interaksi yang terjalin bersamaan pula penggunaan simbol-simbol yang dapat digunakan untuk mewakili sebuah objek dalam sebuah peristiwa. Herbert Mead menekankan bahwa sebuah interaksi antar individu yang dilakukan dengan menggunakan sebuah pertukaran

simbol yang didasarkan oleh ide-ide yang dimiliki oleh manusia. Prespektif ini melihat bahwa perilaku yang manusia lakukan haruslah dimaknai sebagai sebuah proses yang memiliki kemungkinan untuk membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mengedepankan ekspektasi yang orang lain berikan.

Pada penelitian ini, digunakan teori milik Peter Burke untuk membantu mengupas sebuah proses konstruksi identitas mengenai fenomena *outfit of the day* yang ada pada media sosial instagram serta bentuk implikasi dari adanya *fear of missing out*. Selain itu dalam penelitian ini juga melihat bagaimana identitas yang terbentuk pada mahasiswa UNS. Gagasan pembentukan identitas dari Peter Burke berasal dari pendekatan interaksionis simbolik, dimana sebuah makna, tanda, maupun simbol yang melekat pada aktivitas yang berada di lingkungannya dapat mendorong seseorang untuk membentuk suatu identitas pada dirinya. Hal ini mengakibatkan seorang individu dapat melakukan interaksi secara interpersonal dengan menggunakan sebuah identitas dan standar yang telah dia tetapkan sebagai rujukan untuk melihat sebuah makna yang ada di lingkungan mereka. Dalam hal ini sebuah dorongan diri yang berasal dari makna, simbol, tanda, maupun konsep dapat menjadikan persepsi identitas individu yang kemudian dapat dimasukkan ke dalam standar identitas dirinya (Freese.1999)



METODE PENELITIAN

Penelitian tentang analisis konstruksi identitas mahasiswa dalam melihat fenomena OOTD pada media sosial instagram menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan sebuah langkah atau prosedur yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan sebuah data yang berupa deskripsi baik ucapan, tulisan, maupun bentuk perilaku dari kelompok informan yang telah ditentukan sebagai sebuah subjek dalam penelitian (Arief Furchan. 1992)

Jenis penelitian kualitatif merupakan sebuah metode dengan menekankan pada logika dasar yang bersifat interpretative. Hal ini bertujuan agar penelitian kualitatif dapat menggambarkan dan mengungkapkannya (*to describe and explore*) dan menggambarkan (*to*

describe and explain) sebuah permasalahan yang sedang diteliti. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi dimana fenomenologi di sini dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang bertujuan untuk mencoba menemukan pengalaman hidup seorang individu terhadap dirinya dan hidupnya tanpa dibayangi oleh pengandaian yang diagungkan oleh ilmu pasti atau ilmu alam. (Prasetyono, E. 2012).

Pendekatan fenomenologi ini menekankan pada bagaimana seorang individu menceritakan sebuah pengalamannya secara subjektif dimana terdapat beberapa makna yang berguna bagi peneliti untuk digunakan sebagai alat bantu membedah tujuan penelitian yang dilakukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi. Selain itu, sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dimana peneliti sudah menentukan kriteria khusus agar memiliki kesesuaian dengan kebutuhan informasi yang diperlukan

HASIL DAN PEMBAHASAN

• Fenomena *fashion outfit of the day*

Konsep model identitas yang digagas oleh Burke (2009) tidak muncul sepenuhnya baru. Teori identitas Peter Burke berangkat dan berakar pada teori interaksionisme simbolik. Konsep pemikiran interaksionisme simbolik sangat memberikan pandangan bagi Burke dalam membuat model identitas yang berakar tentang pertukaran simbol, tanda, maupun makna. Dengan mengidentifikasi makna-makna persepsi yang diperoleh seseorang melalui lingkungan kemudian memasukannya kedalam pikiran sehingga mengakibatkan adanya sebuah cara pandang subjektif seorang aktor dalam melihat dirinya sendiri, hal ini yang kita sebut sebagai identitas.

Dalam karya awal, Burke menyatakan bahwa identitas dan perilaku dihubungkan melalui sistem makna yang umum. Ketika kita mencoba memahami perilaku seseorang, artinya perilaku yang ditimbulkan harus sesuai dengan makna yang dipegang dalam identitas seseorang. Dikarenakan sebuah identitas adalah seperangkat makna persepsi yang melekat pada diri, perangkat makna ini berfungsi sebagai standar atau acuan bagi seseorang ketika sebuah identitas diaktifkan dalam suatu situasi tertentu.

Model identitas Burke membagi beberapa elemen yang menjadi sebuah siklus yang berkelanjutan dan saling terhubung satu sama lain. Aspek-aspek tersebut meliputi: *Input* (Persepsi), *Standar Identitas*, *Comparator*, *Output*. Untuk memahami uraian pada tiap aspek dari identity model Peter Burke, mengenai *Outfit of The Day*, berikut penjelasannya:

1. Input

Input merupakan proses awal dari sebuah pembentukan identitas. *Input* merupakan sekumpulan persepsi yang berasal dari lingkungan dimana seorang aktor mencoba memanipulasi objek fisik dan sosialnya ke dalam bentuk persepsi. Terkait fenomena OOTD, bagaimana seseorang memanipulasi sebuah bentuk gaya berpakaian yang berkembang di lingkungan mereka kemudian dikemas ke dalam kumpulan persepsi yang akan menjadi input tentang proses identitas. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sebelum proses manipulasi sebuah fenomena OOTD ke dalam bentuk persepsi, peneliti menemukan bagaimana gaya berpakaian OOTD tersebut diperoleh informan. Peneliti membagi komponen input menjadi 3 bentuk yaitu: informasi sebagai proses, informasi pendukung individu, dan informasi pendukung interaksi.

a. Informasi sebagai proses

Informasi sebagai sebuah proses merupakan, bagaimana sebuah proses perolehan input persepsi yang akan digunakan dalam melihat gaya berpakaian

informan secara OOTD. Pada elemen ini peneliti membagi menjadi dua poin kategorisasi yaitu: Proses pengamatan dan Proses Pemahaman. Berikut penjelasannya:

- Proses pengamatan

Proses pengamatan merupakan proses awal seseorang dapat memanipulasi objek di sekitar termasuk gaya berpakaian OOTD ke dalam bentuk persepsi. Berdasarkan hasil pengumpulan data observasi dan wawancara, proses pengamatan informan tentang gaya berpakaian secara OOTD ini dapat berasal dari lingkungan sosial, dan lingkungan virtual.

Lingkungan sosial dengan berinteraksi sesama teman menjadi sebuah cara informan untuk mendapatkan pengetahuan tentang gaya berpakaian OOTD. Hal ini sama seperti yang diungkapkan oleh informan Anisya.

“.....mungkin ketika aku masuk kuliah pertama kali kok ngelihat gaya berpakaian temen-temen aku bagus bagus banget. Ditambah lagi cara temen-temen buat memadukan pakaian kok pas menurut aku, jadi aku mulai tertatik dan tanya-tanya seputaran OOTD” (Anisya, 14 November 2022)

Untuk selanjutnya melalui hasil penelitian observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait beberapa akun yang berperan sebagai proses pembentukan informasi melalui lingkungan virtual yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konten Outfit Inspiration

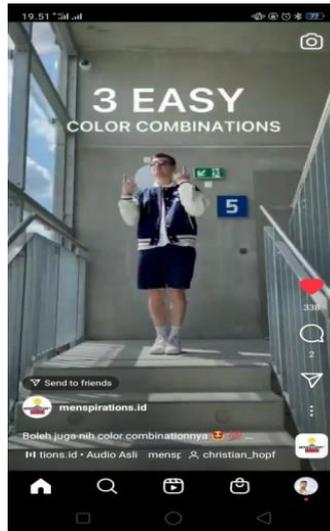
Konten outfit inspiration merupakan konten yang menyajikan berbagai inspirasi outfit yang dapat digunakan oleh seseorang dalam setiap kegiatan yang berbeda. Selain itu dalam konten outfit inspiration kerap kali menampilkan beberapa trend berpakaian yang dikemas melalui bentuk feed maupun reels. Selain itu konten outfit inspirasi lebih mengedepankan penggunaan hastag (#) tertentu agar penyebaran postingan dapat menyeluruh di berbagai kalangan dan menginspirasi terkait cara berpakaian secara OOTD.

“Sudah sejak lama sih, apalagi di instagram itu yang aku lihat menawarkan gaya berpakaian. Jadi kita punya banyak pilihan berpakaian yang ditawarkan melalui beberapa akun outfit inspiration di instagram” (Amirul, 16 November 2022)

2. Konten Mix & Match Fashion

Dalam perkembangan dunia fashion yang semakin modern ini, terdapat beberapa macam cara seseorang untuk mengimplementasikan cara mereka dalam berpakaian. Outfit of the Day merupakan sebuah gaya berpakaian yang seseorang pakai pada hari itu dan memungkinkan menggunakan pakaian yang berbeda pada hari selanjutnya.

Terkait hal itu, terdapat beberapa konten mix and match yang beredar melalui akun instagram yang menawarkan berbagai macam cara berpakaian dengan mengkombinasikan jenis pakaian lebih dari satu. Hal ini memungkinkan seseorang untuk dapat berpenampilan secara OOTD pada setiap harinya, dikarenakan pakaian yang mereka gunakan setiap harinya akan berbeda karena melakukan proses kombinasi/ mix and match



3. Konten Spill Outfit

Fenomena OOTD juga berkembang melalui sebuah konten postingan terkait spill outfit yang digunakan. Spill outfit atau sebuah bocoran outfit merupakan sebuah konten yang lebih mengedepankan bagaimana sebuah fashion tersebut dikemas dalam bentuk komoditas yang diperjualbelikan. Melalui konten spill outfit, seseorang dapat mengerti sebuah outfit yang digunakan oleh sebuah aktor yang diperankan atau yang sedang diperagakan oleh unggahan seseorang. Konten spill outfit juga memiliki ciri khas dengan bentuk menampilkan semua outfit yang digunakan oleh pemeran dengan cantuman harga secara langsung maupun melalui link toko pembelian.

4. Konten Tips and Trick Outfit

Konten tips and trick outfit berisi tentang panduan yang bisa digunakan untuk para pengguna untuk berpenampilan sebaik mungkin. Dalam konten tips and trik ini lebih berisi tentang edukasi atau pembelajaran agar seseorang dapat berpenampilan secara maksimal dengan pakaian yang mereka gunakan. Hal ini diperkuat oleh pemaparan yang dilakukan oleh informan Vavian (21) sebagai berikut:

“ ketika aku sebelumnya ngga sadar bahwa cara berpakaian yang estetik itu gini gitu, nah temen sama akun ig biasanya yg kasih aku masukan.....” (Vavian, 21 November 2022)

5. Hastag (#ootd)

Hastag merupakan sebuah fitur yang ada di Instagram sejak Januari 2011. Fitur ini menjadi cikal bakal berkembangnya fenomena OOTD pada media sosial Instagram. Melalui fitur hastag seseorang dapat dengan mudah melihat berbagai foto maupun unggahan reels dengan kategorisasi 1 tipe saja.

Hastag merupakan fitur yang menawarkan pengelompokan berbagai macam unggahan oleh beberapa akun dari mancanegara menjadi satu kesatuan. Semua unggahan dari para pengguna lain yang menggunakan hastag akan dengan mudah dilihat pengguna lain hanya dengan melakukan pencarian hastag tertentu saja, tanpa mencari akun pengunggah satu persatu.

- Proses Pemahaman dan Seleksi informasi

Sebuah informasi yang telah diperoleh oleh informan melalui proses pengamatan baik dalam lingkup sosial maupun virtual, sebelum diolah menjadi input persepsi maka informasi tersebut akan dilakukan pemahaman terlebih dahulu. Pemahaman merupakan langkah mengartikan sebuah informasi yang masuk sebelum

dimanipulasi ke dalam bentuk persepsi seseorang. Proses pemahaman juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengenal sumber informasi yang ada kemudian dilakukan proses interpretasi untuk mengetahui apakah terdapat kecocokan dengan dirinya.

Menurut Sudirman (2011) pemahaman merupakan sebuah proses pengartian, penafsiran, atau proses menyatakan sesuatu dengan caranya tersendiri mengenai pengetahuan yang pernah diterima sebelumnya.

“ hanya saja untuk mengikuti semua itu aku perlu waktu dan kadang engga semuanya juga cocok buat aku.” (Dona, 1 November 2022)

b. Informasi sebagai pendukung individu

Informasi sebagai pendukung individu merupakan hasil pengelompokan peneliti yang melihat bagaimana sebuah proses makna dalam lingkungan telah didapatkan setelah melalui proses pengamatan dan pemahaman. Selanjutnya makna yang relevan itu berusaha dimanipulasi oleh individu ke dalam bentuk persepsi yang muncul. Sebelum persepsi seseorang dimunculkan terdapat beberapa informasi yang melekat dalam objek manipulasi yang berfungsi sebagai pendukung individu. Informasi sebagai pendukung individu merupakan sebuah identifikasi makna-makna yang apabila digunakan dapat mendukung individu dalam melakukan sebuah input persepsi tentang objek yang berada di lingkungannya.

Terkait fenomena OOTD, terdapat beberapa informasi yang melekat dalam objek fashion itu sendiri sebelum objek tersebut dimanipulasi oleh individu ke dalam bentuk persepsi. Beberapa informasi pendukung individu yang ditemukan dalam penelitian ini terkait fenomena OOTD akan dijelaskan sebagai berikut:

- Percaya diri

Percaya diri atau self confidence merupakan perasaan yang dimiliki oleh seseorang yang yakin terhadap semua kelengkapan yang melekat pada dirinya sehingga tidak menimbulkan rasa cemas dan tidak berdaya. Menurut Hakim (2004) percaya diri merupakan keyakinan yang dimiliki oleh seseorang yang melihat bahwa dirinya mampu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam hidupnya. Terkait fenomena OOTD, informasi pendukung individu yang melekat dalam objek fashion OOTD itu sendiri adalah percaya diri atau self confidence.

- Kepuasan

Kepuasan merupakan hal yang bersifat internal dan dirasakan dalam tingkat perasaan masing-masing tiap individu. Kepuasan atau satisfactions merupakan tingkat perasaan seorang individu yang berupa kesenangan maupun kebanggaan yang timbul dari sebuah proses perbandingan kinerja dengan ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009)

Fenomena trend OOTD membawa sebuah informasi tentang perasaan kepuasan seseorang setelah dirinya membandingkan kecocokan antara pakaian yang dipakainya dengan trend yang sedang berkembang.

- Kewibawaan

Hasil temuan peneliti terkait informasi sebagai pendukung individu adalah kewibawaan. Kewibawaan merupakan sebuah pancaran secara batiniah yang dimiliki oleh seseorang dan memiliki dampak terhadap proses interaksi sosial. Kewibawaan sendiri juga dapat diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menanamkan pemahaman secara mutlak atas perkataannya terhadap orang lain (Ngalim Purwanto, 2002)

Terkait fenomena fashion outfit of the day kewibawaan merupakan hasil temuan peneliti setelah melakukan observasi dan wawancara. Kewibawaan menjadi sesuatu yang melekat dalam fashion outfit of the day sehingga memberikan informasi sebagai pendukung individu dalam proses pembentukan identitas mereka. Melalui penggunaan

fashion OOTD seseorang akan lebih didengarkan dan dianggap 'ada' oleh lingkungan sosial mereka.

c. Informasi sebagai pendukung interaksi

Informasi sebagai pendukung interaksi merupakan bentuk terakhir yang ditemukan oleh peneliti dalam proses input persepsi. Informasi pendukung interaksi adalah segala sesuatu yang berasal dari objek manipulasi yang dapat mendukung seseorang dalam melakukan proses interaksi dengan aktor lain. Dalam hal ini sebuah konsep input hanya sebatas dalam bentuk informasi terlebih dahulu yang melekat dalam objek. Informasi pendukung interaksi juga dapat dikatakan sebagai bentuk informasi yang melekat pada objek yang bersifat eksternal dan berfungsi sebagai pendukung interaksi.

Terkait fenomena OOTD yang berkembang pada media sosial instagram terdapat informasi yang melekat dalam produk fashion tersebut yang memungkinkan digunakan untuk mendukung individu dalam proses interaksi. Informasi OOTD yang berfungsi sebagai pendukung interaksi yang ditemukan oleh peneliti sebagai berikut:

- Pujian

Dalam wacana konsumsi, masyarakat era post modern sekarang ini secara tidak langsung melakukan proses pembelian tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok semata melainkan juga sebagai pemenuhan hasrat kepuasannya. Pujian merupakan salah satu aspek hasrat kepuasan dari proses konsumsi suatu barang.

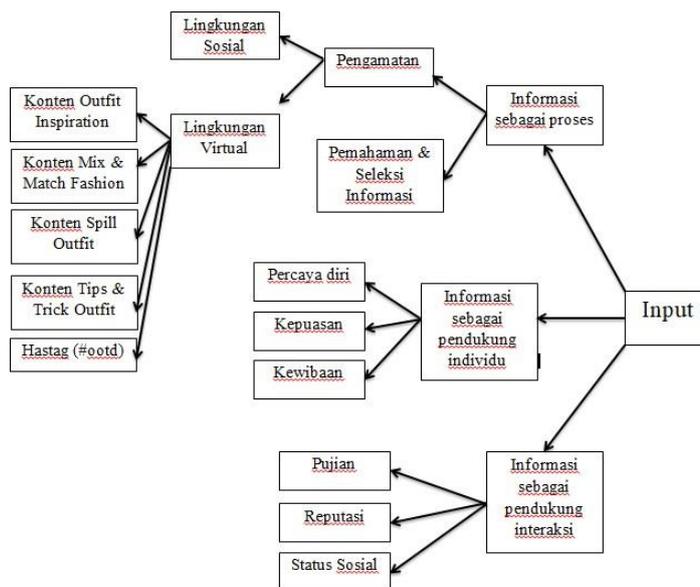
Terkait fenomena OOTD, pujian merupakan aspek yang lekat dalam proses implementasi gaya berpakaian secara kekinian. Informasi pendukung interaksi yang pertama peneliti temukan adalah pujian. Aspek pujian merupakan hal yang melekat pada saat seorang aktor dapat dengan tepat mengimplementasikan gaya berpakaian secara OOTD.

- Reputasi

Reputasi merupakan informasi atau kesan yang melekat dalam suatu objek yang dihasilkan karena sebuah bentuk pemahaman informasi. Reputasi juga dapat diartikan sebuah citra yang sudah ditampilkan seseorang sejak lama sehingga membentuk pandangan seseorang terhadap dirinya. Terkait fenomena fashion outfit of the day, beberapa informan menyatakan bahwa gaya berpakaian OOTD merupakan sebuah reputasi yang sudah terbentuk dalam dirinya sehingga lingkungan sekitar sudah memberikan cara pandang terhadap dirinya.

- Status Sosial

Status sosial merupakan sebuah penggambaran yang melekat pada setiap komoditas yang dipercaya dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kebanggaan bagi para pemakainya. Informasi yang melekat pada produk OOTD tidak semata-mata merupakan aspek penutup tubuh, tetapi dapat berupa representasi kedudukan atau status sosial tertentu melalui barang yang seseorang konsumsi. Nilai-nilai bergengsi seperti penggunaan merk tertentu memberikan pandangan bagi masyarakat bahwa OTTD tidak lagi dimaknai sebagai nilai fungsi tetapi sebagai nilai simbolik yang melekat pada barang itu sendiri.



2. Persepsi

Persepsi merupakan sebuah langkah lanjutan dari informasi yang telah diperoleh oleh seorang aktor melalui tahapan-tahapan yang sudah peneliti jelaskan di atas. Setelah melalui sebuah proses pengelolaan serta manipulasi informasi yang melekat pada objek, seorang aktor kemudian akan mengelola informasi tersebut ke dalam bentuk persepsi. Persepsi sendiri merupakan sebuah proses perumusan makna yang berarti ke dalam pikiran seorang aktor berdasarkan hasil pengamatan yang mereka lakukan. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Burke (2009) *“Our perceptions tell us about our environment; our perceptions are our only source of information about what is happening around us. We often think of ourselves as trying to control our environment, trying to manipulate physical and social objects, trying to interact with others”*

No	Informan	Persepsi OOTD
1	Dona	Estetik, Elegan
2	Anisya	Fashionable, Up to date, Elegan
3	Retno	Up to date, Simpel, Estetik, Elegan
4	Amirul	Estetik, Up to date
5	Khadija	Estetik, Anggun
6	Salsabila	Colorfull, Estetik, Fashionabel
7	Azizah	Estetik, Up to date
8	Adinda	Elegan, Fashionabel
9	Vavian	Estetik, Branded, Elegan, Up to date, Fashionable, Prestige
10	Jihan	Fashionabel, Anggun, Elegan, Up to date

11	Deka	Fashionabel, Elegan, Up to date, Prestige
----	-------------	---

3. Standar identitas

Standar identitas merupakan sekumpulan makna persepsi yang diperoleh individu sebelum proses input masuk. Makna persepsi di sini mengandung seperangkat definisi yang dapat menjelaskan karakter seseorang. Sekumpulan makna persepsi awal terkumpul ke dalam satu bentuk standar identitas yang dipegang oleh setiap orang. Terkait hal ini Burke (1997) membagi standar identitas berdasarkan gender seseorang. Persepsi makna yang melekat pada diri seseorang terbagi atas gender maskulin dan feminine. Oleh karena itu, standar dari setiap individu yang melihat bahwa bagaimana seseorang tersebut menjadi maskulin atau feminine sangat bersifat subjektif dan hanya diketahui oleh dirinya sendiri.

Terkait fenomena fashion OOTD, peneliti juga menggunakan pembagian standar identitas berdasarkan gender. Dalam hal ini, peneliti melihat bagaimana standar identitas yang terbentuk oleh individu tentang gaya berpakaian menurut standar maskulin atau feminin yang dipegang oleh setiap informan yang telah ditentukan. Karena standar identitas bersifat sangat subjektif, maka makna persepsi tentang gaya berpakaian secara maskulin maupun feminin informan bersifat variatif. Berikut hasil penelitian yang telah dilakukan:

No	Informan	Standar berpakaian secara maskulin/feminin
1	Dona	Menutupi tubuh, sopan,nyaman, terjangkau
2	Anisya	Elegan, sopan, rapi
3	Retno	Rapi, sopan
4	Amirul	Bersih,rapi, sopan
5	Khadija	Sopan, rapi, universal
6	Salsabila	Simpel, nyaman, sederhana
7	Azizah	Nyaman, rapi, sederhana
8	Adinda	Nyaman, sopan, rapi, simpel/netral
9	Vavian	Rapi, sopan, simpel, estetik
10	Jihan	Sopan, anggun/elegan
11	Deka	Nyaman, rapi, sopan

4. Comparator

Komparator merupakan aspek ketiga dari model identitas yang dicetuskan oleh Peter Burke. Komparator merupakan komponen yang bertugas untuk membandingkan antara makna yang sudah terkumpul di standar identitas dengan makna persepsi yang masuk melalui input. Proses perbandingan yang dilakukan bertujuan untuk melihat seberapa jauh kecocokan antara input dengan standar identitas. Apabila dalam proses perbandingan terdapat ketidakcocokan, maka hal ini memberikan sebuah sinyal kesalahan.

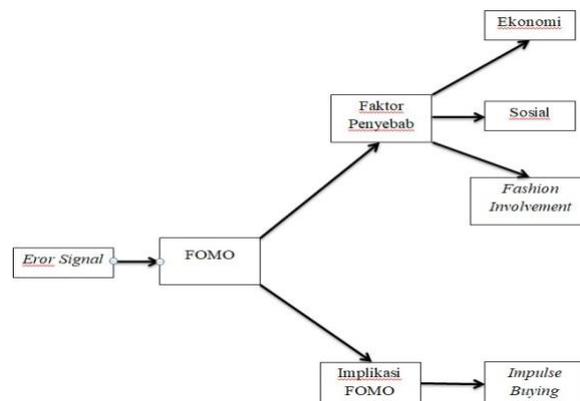
Pada akhirnya komponen komparator ini memberikan sebuah sinyal yang berfungsi untuk mengetahui kesalahan dan ketidakcocokan antara makna standar yang dipegangnya dengan input persepsi yang mereka terima. Hal ini kemudian akhirnya mempengaruhi pola dan urutan perilaku yang pada akhirnya dapat mengubah makna perilaku dalam situasi tersebut. Terkait fenomena OOTD, peneliti merangkum hasil komparator kedalam bentuk tabel sebagai berikut:

No	Informan	Persepsi	Standar identitas	Status Sinyal
1	Dona	Estetik, Elegan	Menutupi tubuh, sopan,nyaman, terjangkau	<i>error</i>
2	Anisya	Fashionable, Up to date, Elegan	Elegan, sopan, rapi	<i>error</i>
3	Retno	Up to date, Sempel, Estetik, Elegan	Rapi, sopan,	<i>error</i>
4	Amirul	Estetik, Up to date	Bersih,rapi, sopan	<i>error</i>
5	Khadija	Estetik, Anggun	Sopan, rapi, universal	<i>error</i>
6	Salsabila	Colorfull, Estetik, Fashionabel	Sempel, nyaman, sederhana	<i>error</i>
7	Azizah	Estetik, Up to date	Nyaman, rapi, sederhana	<i>error</i>
8	Adinda	Elegan, Fashionabel	Nyaman, sopan, rapi, netral	<i>error</i>
9	Vavian	Estetik, Branded, Elegan, Up to date, Fashionable, Prestige	Rapi, sopan, simpel, estetik	<i>error</i>
10	Jihan	Fashionabel, Anggun, Elegan, Up to date	Sopan, anggun/ elegan	<i>error</i>

11	Deka	Fashionabel, Elegan, Up to date, Prestige	Nyaman, rapi, sopan	<i>eror</i>
----	------	---	---------------------	-------------

5. EROR SIGNAL

Error Signal atau sinyal kesalahan merupakan sebuah proses yang dirasakan oleh seorang individu apabila menemukan ketidaksesuaian antara standar identitas dengan input persepsi yang masuk. Error signal merupakan proses kelanjutan dari konstruksi identitas seseorang setelah melalui tahapan perbandingan (*comparator*). Tingkat besarnya error signal yang diberikan oleh seseorang dalam melihat ketidaksesuaian antara persepsi dengan standar identitas dirinya akan mengakibatkan orang tersebut mengalami suatu gejala kecemasan dan stress. Terkait fenomena fashion outfit of the day, peneliti menemukan error signal yang timbul adalah perasaan fear of missing out (FOMO). Perasaan FOMO merupakan suatu kondisi yang dialami oleh seseorang melalui bentuk kecemasan dan ketakutan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, FOMO yang timbul akibat error signal antara persepsi seseorang yang melihat fenomena OOTD sebagai sebuah identitas yang melekat erat dengan berbagai simbol dan makna tertentu dibandingkan dengan standar identitas yang melihat bagaimana sebuah pakaian itu menjadi sebuah kebutuhan semata.



6. Output

Proses output seseorang dapat menjadi sebuah perilaku bermakna yang berusaha untuk mengonfirmasi ulang identitas mereka setelah adanya sinyal kesalahan yang timbul antara persepsi dengan standar identitas. Sebagai sebuah sistem identitas, seorang aktor akan berusaha untuk mengupayakan kesesuaian standar identitas dengan input persepsi yang masuk. Semakin tinggi kesesuaian antara kedua hal tersebut, semakin terkonfirmasi pula identitas seseorang. Proses penyelarasan makna pada output ini terjadi ketika seseorang mengalami tanggapan positif terhadap perilakunya yang mereka tampilkan pada lingkungannya.

Terkait fenomena outfit of the day, berdasarkan sinyal kesalahan yang telah dijelaskan oleh peneliti di atas. Error Signal berupa fear of missing out memberikan implikasi terhadap adanya sebuah gejala impulse buying. Hal ini dilakukan oleh informan untuk mengurangi ketimpangan antara makna persepsi yang masuk dengan standar identitas yang dimilikinya. Dengan kata lain, informan berusaha untuk menyesuaikan

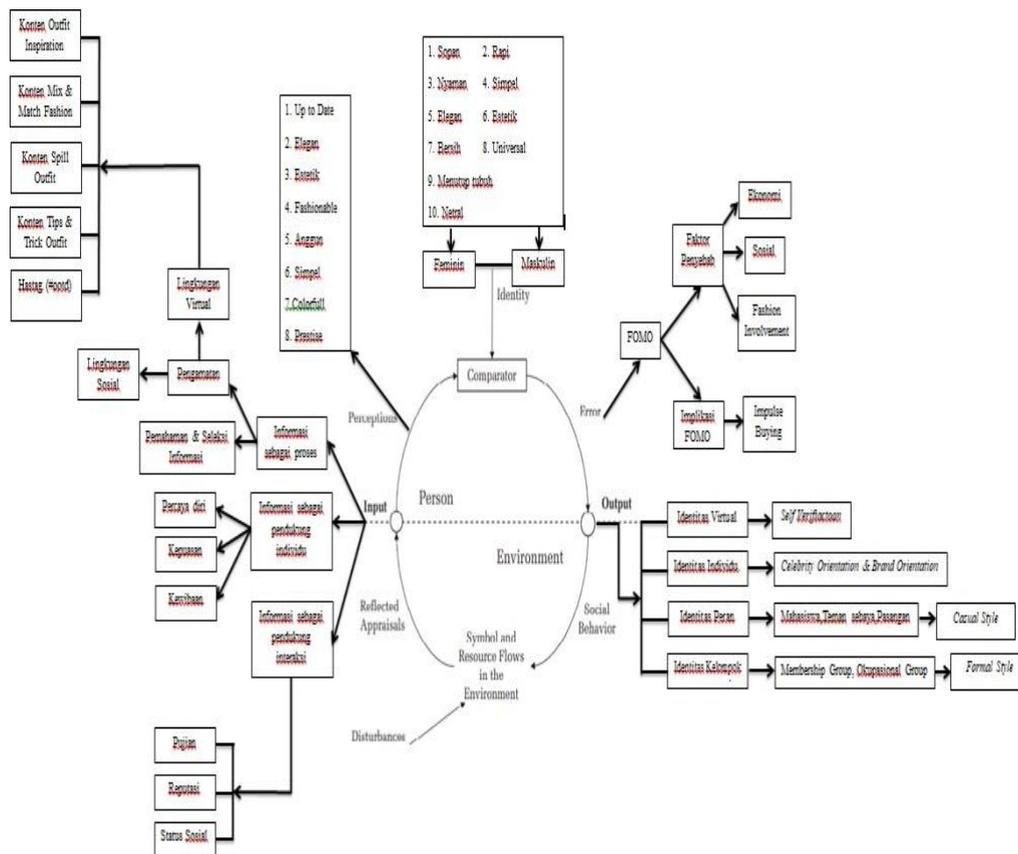
standar identitas yang dimilikinya serta mengurangi gejala ketertinggalan dengan melakukan pembelian sebuah produk yang sedang trend. Untuk mengonfirmasi ulang identitas dirinya dengan lingkung sekitar, peneliti menemukan bahwa informan melakukan representasi ulang gaya berpakaian secara OOTD di media sosial sebagai langkah proses verifikasi diri.

b. Identitas yang terbentuk

Melalui fenomena fashion outfit of the day setelah seseorang melakukan proses konfirmasi ulang melalui identitas virtual dengan ditunjukkannya pantulan penilaian bahwa gaya berpakaian yang dikenakan sesuai, maka hal ini memunculkan beberapa identitas yang terbentuk. Fenomena fashion outfit of the day pada media sosial instagram membentuk identitas seseorang dalam melakukan setiap kegiatan yang berbeda melalui gaya berpakaian tertentu. Berdasarkan hasil temuan data penelitian, peneliti menemukan beberapa identitas yang terbentuk akibat fenomena fashion OOTD seperti diantaranya identitas individu, identitas peran, dan identitas kelompok.

• Outfit of The Day dalam Identity Model Peter Burke

Berdasarkan paparan penelitian yang telah dilakukan, peneliti berupaya menggambarkan skema model identitas Peter Burke mengenai *outfit of the day* yang ditemukan selama penelitian agar lebih mudah dipahami sebagai berikut:



Teori identitas yang dijelaskan melalui skema milik Peter Burke sangat membantu penelitian ini untuk mengupas proses konstruksi identitas seseorang melalui identity model. Melalui teori ini peneliti dapat mengetahui proses konstruksi identitas

yang terus berputar dalam sebuah siklus yang berkelanjutan. Proses ini dimulai dari input persepsi, kemudian melalui proses komparator dengan membandingkan antara input persepsi yang diperolehnya dengan standar identitas yang dimilikinya. Aspek siklus ini berakhir pada proses output yaitu perilaku yang bermakna yang kemudian diputar kembali dalam lingkungan sama seperti proses input yang diperoleh dari lingkungan. Teori model identitas Peter Burke memberikan pemahaman serta wawasan yang luas dalam melihat fenomena outfit of the day yang saat ini sedang berkembang di kalangan masyarakat terutama mahasiswa.

Teori identitas yang diusung oleh Peter Burke merupakan kerangka acuan bagi peneliti untuk melihat bagaimana konstruksi identitas dapat terjadi terutama dalam melihat fenomena fashion outfit of the day. Acuan dari teori Burke yang berasal dari interaksionisme simbolik yang memiliki beberapa fondasi utama seperti mind & self, sign, symbol, dan interaction terlihat sangat kaku dan belum dijelaskan secara lengkap bagaimana seorang aktor memperoleh fondasi tersebut secara detail.

Dalam penelitian ini terkait fenomena outfit of the day peneliti menemukan beberapa hal yang dapat mengisi kekosongan yang ada terkait bagaimana seorang aktor memperoleh fondasi utama dalam konstruksi identitas sebagai proses input. Seperti yang telah peneliti jelaskan sebelumnya, bahwa seorang aktor dapat memperoleh fondasi tersebut melalui tiga kategorisasi yang telah peneliti kelompokkan yaitu informasi sebagai proses, informasi pendukung individu, dan informasi pendukung interaksi. Dengan kata lain, Burke dalam identity model kurang menjelaskan secara detail bagaimana persepsi didapatkan melalui proses input. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait fenomena fashion outfit of the day, peneliti menemukan bentuk serta implikasi eror signal baru yang dapat mengisi kekosongan dari identity model Peter Burke. Sinyal kesalahan ini berasal dari ketidakcocokan antara standar identitas dengan input yaitu berbentuk fear of missing out dan berimplikasi langsung terhadap tindakan impulsive buying.

Selain itu, peneliti melihat adanya kelemahan uraian Burke tentang identitas yang tidak melihat bagaimana implikasi konstruksi identitas terhadap status sosial seseorang. Status sosial disini dapat berupa status achievement, assigned, maupun ascribed yang dapat mempengaruhi cara pandang persepsi seseorang. Pembahasan Burke tidak sampai pada implikasi status sosial ini, apakah dengan konstruksi identitas dapat menyebabkan perubahan status sosial atau tidak. Dalam penelitian ini, penulis menjawab salah satu kekosongan ini dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian fenomena OOTD yang telah dilakukan terlihat bahwa perolehan status sosial seseorang dapat berupa brand orientation maupun celebrity orientation melalui identitas individu yang telah peneliti jelaskan sebelumnya. Melalui brand orientation dan celebrity orientation merupakan implikasi dari achievement status, yaitu status yang diperoleh seseorang melalui usaha-usaha yang disengaja oleh seorang aktor. Salah satu bentuk usaha lain yang dilakukan oleh seorang aktor pada hasil penelitian ini ialah adanya tindak lanjut berupa representasi ulang gaya berpakaian pada media sosial instagram sebagai langkah verifikasi diri. Hal ini bertujuan untuk semakin meyakinkan khalayak terhadap terhadap status sosial yang berusaha dicapai terkait gaya berpakaian secara OOTD dengan penggunaan brand-brand tertentu dengan meniru gaya berpakaian seorang selebriti.

KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, terdapat proses konstruksi identitas yang terjadi terkait fenomena outfit of the day yang berkembang di media sosial instagram terhadap para Mahasiswa Universitas Sebelas

Maret. Proses konstruksi diawali dengan input persepsi yang menjadi langkah awal seorang aktor dalam membangun identitas dirinya. Terdapat tiga poin yang menjadi unsur pembentuk input seperti diantaranya informasi sebagai proses, informasi pendukung individu, dan informasi pendukung interaksi. Ketiga unsur ini sebagai kategorisasi yang peneliti temukan sebelum proses persepsi atau pemaknaan akan sesuatu terbentuk. Setelah melalui tiga poin pembentuk input, maka tahap selanjutnya adalah persepsi. Melalui fenomena OOTD peneliti menemukan beberapa persepsi yang muncul seperti diantaranya: up to date, elegan, estetik, fashionable, anggun, simpel, colorful, dan prestis. Tahap selanjutnya dalam proses konstruksi identitas adalah komparator atau proses membandingkan antara input persepsi dengan standar identitas yang dipegang oleh seorang aktor. Standar identitas yang ada terkait gaya berpakaian mahasiswa seperti diantaranya: sopan, rapi, nyaman, simpel, elegan, estetik, universal. Melalui proses komparator yang terjadi ditemukan eror signal yang muncul yaitu perasaan fear of missing out yang di latar belakang oleh beberapa hal seperti ekonomi, sosial, dan fashion involvement sehingga hal ini berimplikasi terhadap proses impulsive buying produk OOTD. Tahap terakhir dalam proses konstruksi identitas mahasiswa adalah output yang berupa representasi ulang gaya berpakaian melalui identitas virtual yang dimiliki guna melakukan konfirmasi ulang gaya berpakaian atau sebagai proses reflected appraisals.

Setelah dilakukannya analisis menggunakan identity model Peter Burke, peneliti menemukan beberapa identitas yang terbentuk terkait fenomena OOTD yang berkembang seperti identitas individu, identitas peran, dan identitas kelompok. Terdapat dua identitas individu yang peneliti temukan dalam penelitian ini yaitu *celebrity orientation* dan *brand orientation*. Selain itu, identitas peran yang terbentuk terkait fenomena OOTD yang berkembang peneliti menemukan beberapa poin seperti identitas peran sebagai mahasiswa, teman sebaya, dan pasangan dan sekaligus identitas peran ini berpengaruh terhadap *style fashion* yang digunakan yaitu *casual style*. Selanjutnya identitas yang terbentuk mengenai fenomena outfit of the day yang berkembang di instagram adalah identitas kelompok sebagai membership group dan okupasional group dan sekaligus berpengaruh terhadap *style fashion* yang digunakan yaitu *formal style*.

Di luar dari hal tersebut, tinggal bagaimana kemudian seorang aktor melihat fenomena *outfit of the day* yang berkembang, apakah untuk digunakan sebagai kebutuhan primer atau *cover of body*, untuk ajang memuaskan hasrat konsumtif melalui kegiatan *impulse buying* yang digunakan sebagai dalih *fear of missing out*, atau sebagai ruang untuk pengkonsumsian simbol-simbol yang melekat pada pakaian itu sendiri sehingga dapat menjadi sarana untuk komunikasi *non verbal* melalui OOTD

DAFTAR PUSTAKA

- A.M Sudirman. 2011. *Interaksi dan Motivasi Belajar dan Mengajar*. Jakarta : PT. Grafindo Indonesia
- Arief, Furchan. 1992 *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional
- Baudrillard, J. (2016). *The consumer society: Myths and structures*. Sage.
- Burke, P. J., & Stets, J. E. (2009). *Identity theory*. Oxford University Press.
- Burke, Peter J. 1997. "An identity model for network exchange." *American Sociological Review* 62:134–50

- Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). 'Instagram made Me buy it': Generation Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102345
- Fauzi, M. A., & Nuraeni, R. (2017). PENGELOLAAN KESAN MAHASISWA PENGGUNA OOTD STYLE DI INSTAGRAM. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkaran Studi Komunikasi)*, 3(2), 206-222.
- Fitri, I. K. (2020). Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja Di Man 11 Jakarta (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Hakim, T. 2004. Mengatasi rasa tidak percaya diri. Jakarta: Puspa Swara
- Irawan, E. F., & Ramdhan, A. (2018). Pengaruh Visualisasi Foto OOTD (Outfit of The Day) Selebgram Sebagai Strategi Promosi Produk Fashion Terhadap Persepsi Wanita. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 17(2), 6-11.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta.
- Lee, H. K., & Choo, H. J. (2015). Daily outfit satisfaction: the effects of self and others' evaluation on satisfaction with what I wear today. *International Journal of Consumer Studies*, 39(3), 261-268.
- Lisdiantini, N., Subiyantoro, S., & Afandi, Y. (2019). Peranan Fashion Dan Pakaian Sebagai Komunikasi Identitas Sosial. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan*, 3(1), 9-15.
- Ngalim Purwanto .2002. Ilmu pendidikan teoritis dan praktis. Bandung: Remaja Karya
- Permatasari, N., & Trijayanto, D. (2017). Motif Eksistensi melalui penggunaan hashtag (# OOTD) di media sosial instagram. *Promedia*, 3(2), 252-273.
- Prasetyono, Emanuel. 2012. Bertemu Dengan Realitas: Belajar dari Fenomenologi Husserl. *Jurnal Filsafat*, 1 (1): 1-9.
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2016). Fenomena Penggunaan Foto Outfit Of The Day di Instgram Sebagai Media Presentasi Diri (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman). *Jurnal Komunikatio*, 2(1).