

# DIGITAL FASHION DAN IDENTITAS REMAJA: PERAN DUKUNGAN SOSIAL DAN TANTANGAN PERBANDINGAN SOSIAL

Nur Fadilah<sup>1\*</sup>, Ibrahim Arifin<sup>2</sup>, Sri Wahyuni<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Makassar

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received October 18, 2024  
Revised November 23, 2024  
Accepted November 27, 2024

### Kata Kunci:

Digital Fashion; Identitas Diri; Dukungan Sosial; Perbandingan Sosial

### Keywords:

Digital Fashion; Self Identity; Social Support; Social Comparison



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2024 by Author. Published by PT Citra Media Publishing.

dengan standar kecantikan yang tidak realistis, sehingga memengaruhi citra diri dan kepercayaan diri mereka. Partisipasi aktif dalam tren mode digital dan komunitas mode digital meningkatkan kepercayaan diri remaja. Validasi sosial dan hubungan dengan individu yang berpikiran sama meningkatkan harga diri. Grup dan forum online memberikan dukungan emosional, membantu remaja menemukan gaya mereka yang unik.

## ABSTRACT

*Positive self-esteem among young people, combined with social support through social media interactions, provides a significant emotional boost. However, the risk of social comparison remains a challenge that needs to be addressed. This article discusses that adolescents who are exposed to fashion content that emphasizes certain beauty standards tend to have a negative body image and lack self-confidence. In addition, actively participating in digital fashion trends is also an important factor in increasing adolescents' self-confidence. This research is a qualitative research through an interview process. The results show that digital fashion content increases teens' self-awareness, inspiring them to try new styles. However, it also pressures them to conform to unrealistic beauty standards, thus affecting their self-image and confidence. Active participation in digital fashion trends and digital fashion communities boosts teens' self-confidence. Social validation and relationships with like-minded individuals boost self-esteem. Online groups and forums provide emotional support, helping teens find their unique style. The results of the analysis also reveal the importance of maintaining the continuity and relevance of the siri' and Uang Panai' cultural traditions amidst the social and cultural changes occurring in Bugis society. Triangulation of data from interviews and participant observation also strengthens the validity of this research's findings. Thus, this research makes an important contribution to the understanding of cultural dynamics and traditions in the marriage context of the Bugis community, as well as providing a basis for the development of relevant cultural policies and interventions.*

## PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, tren fashion berubah drastis. Media sosial dan

\*Corresponding author

E-mail addresses: [nurfadilabarru@gmail.com](mailto:nurfadilabarru@gmail.com)

platform digital lainnya telah menjadi sarana utama remaja mengakses dan mengonsumsi konten fashion. Dari Instagram hingga TikTok, remaja tidak hanya menjadi penonton pasif, namun juga partisipan aktif dalam tren saat ini. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting tentang bagaimana konsumsi konten fesyen digital berdampak pada persepsi diri dan kepercayaan diri mereka. Fashion, yang juga dikenal sebagai gaya berbusana, memiliki identitas dan gayanya sendiri. Secara umum, model dari tahun 1980-an dan 90-an sangat berbeda dengan generasi saat ini, yang terkadang disebut sebagai generasi milenial atau kekinian (Arsitata, 2021).

Remaja merupakan kelompok umur yang berada pada tahap perkembangan penting. Mereka membentuk identitasnya dan seringkali mencari validasi dari lingkungan sosialnya. Dalam konteks ini, fashion menjadi sarana ekspresi diri. Namun, dengan tekanan untuk mengikuti tren yang diposting di media sosial, remaja sering kali merasa terjebak oleh standar kecantikan dan gaya hidup yang tidak realistis. Hal ini dapat memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri dan cara mereka berinteraksi dengan orang lain. Kepuasan hidup sangat erat kaitannya dengan pemilihan produk seseorang untuk memastikan produk tersebut sesuai dengan gaya hidup yang mereka pilih. (Kuncoro & Sugioyono, 2020).

Dampak konsumsi konten fashion digital terhadap konsep diri remaja sangatlah kompleks. Ada beberapa alasan bagi konsumen untuk berpartisipasi dalam tren ini, seperti memperbarui profil mereka, memenuhi kebutuhan mereka, meningkatkan tingkat kepercayaan diri mereka, dan menerima umpan balik dari orang lain. Hal ini kemungkinan akan berdampak buruk pada kemampuan komunitas untuk menciptakan kebiasaan baru di dalam komunitas (Haryanti et al., 2020). Di satu sisi, konten fesyen dapat menginspirasi dan meningkatkan kreativitas sehingga memungkinkan remaja mengeksplorasi gaya pribadinya. Di sisi lain, paparan terus-menerus terhadap gambaran ideal dapat menimbulkan perasaan tidak puas terhadap diri sendiri.

Penelitian menunjukkan bahwa remaja yang terpapar konten fashion yang mengedepankan standar kecantikan tertentu cenderung memiliki body image negatif dan kurang percaya diri. Selain itu, berpartisipasi aktif dalam tren fashion digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan rasa percaya diri remaja (Hasrin & Sidik, 2023). Remaja yang bergabung dengan komunitas online, berbagi foto pakaian mereka, atau mengikuti influencer mode mungkin merasa lebih terhubung dengan teman sebayanya. Dalam penelitian (Syafa'ati & Khusyairi, 2023) yang berjudul *Citayam Fashion Week: Ekspresi Remaja Di Ruang Publik Pada Media Sosial Tiktok Di Era Digital* menunjukkan bahwa fenomena CFW merupakan bentuk demokratisasi Jalan Sudirman sebagai ruang ketiga, melahirkan beberapa remaja populer yang mengusung identitas Citayam, Bogor dan Depok, serta menciptakan penonton yang mendukung dan menikmati fenomena tersebut. Sebelumnya kawasan SCBD merupakan pusat bisnis dan perkantoran identik dengan pemanfaatan jalan serta fasilitas sekitarnya untuk aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan kebutuhan bisnis, namun setelah munculnya konten *catwalk* terkait *gaya fashion* para remaja pun mulai mengikuti trend tersebut hal inilah yang menyebabkan munculnya fenomena CFW. Hal ini berdampak positif bagi perekonomian masyarakat khususnya di bidang fashion seperti aplikasi belanja online.

Dalam penelitian lain yang berjudul *Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Korean Fashion Pada Media Sosial Tiktok* (Kristina et al., 2024) menyatakan bahwa konstruksi identitas melalui Korean fashion adalah proses yang dipengaruhi oleh representasi media dan idol. Namun, motivasi intrinsik seperti hobi dan kenyamanan pribadi menunjukkan bahwa adopsi Korean fashion bukan sekadar imitasi, melainkan proses aktif dalam mengkonstruksi identitas yang autentik. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Korean fashion, ketika diintegrasikan dengan platform media sosial seperti TikTok, menjadi alat yang kuat bagi remaja dalam mengeksplorasi, mengekspresikan, dan mengkonstruksi identitas diri mereka dalam konteks global yang

semakin terkoneksi.

Namun, terdapat pula risiko bahwa perbandingan sosial akan menimbulkan kecemasan dan perasaan tidak mampu jika mereka merasa tidak memenuhi standar yang ditetapkan orang lain di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dua aspek utama: pertama, dampak konsumsi konten fashion digital terhadap konsep diri remaja; Kedua, hubungan partisipasi tren fashion digital dengan tingkat kepercayaan diri remaja.

Dengan memahami dinamika tersebut, kita dapat lebih mengenali bagaimana dunia digital mempengaruhi perkembangan psikologis remaja. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih jauh pengaruh tren fashion digital terhadap kepercayaan diri remaja. Studi ini akan membahas dua poin utama: dampak konsumsi konten fashion digital terhadap konsep diri remaja dan hubungan antara partisipasi dalam jumlah tren fashion teknis dan tingkat kepercayaan diri.

## **METODE**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Nasution, 2023). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi pengaruh tren fashion digital terhadap kepercayaan diri remaja. Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan makna dari suatu fenomena dalam konteks alamiahnya (Niam et al., 2024). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap remaja usia 13-19 tahun di beberapa SMA di Kota Makassar yang aktif mengikuti konten fashion di jejaring sosial. Wawancara semi terstruktur akan dilakukan dengan pertanyaan terbuka untuk menggali pengalaman dan persepsi mereka.

Responden dipilih melalui purposive sampling dan wawancara akan berlangsung selama 30 hingga 60 menit, baik secara langsung maupun online. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana tren fashion digital mempengaruhi kepercayaan diri remaja. Bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan, desain penelitian, teknik pengumpulan data, pengembangan instrumen, dan teknik analisis data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Dampak Konsumsi Konten Fashion Digital Terhadap Konsep Diri Remaja**

Hasil wawancara terkait peningkatan kesadaran diri menunjukkan bahwa konsumsi konten fashion digital, seperti video tutorial, blog, dan unggahan di media sosial, berperan signifikan dalam membentuk persepsi remaja terhadap penampilan mereka. Konten ini memotivasi banyak remaja untuk mengeksplorasi gaya baru, terinspirasi oleh influencer atau teman yang mereka lihat mengenakan pakaian tertentu. Proses ini menciptakan dorongan untuk mengikuti tren mode sebagai cara meningkatkan citra dan penampilan mereka di hadapan publik. Namun, fenomena ini memiliki sisi gelap, karena beberapa remaja mengalami tekanan psikologis akibat standar kecantikan yang tidak realistis yang sering dipromosikan melalui konten digital tersebut.

Tekanan ini tercermin dalam perasaan ketidakcukupan yang dirasakan oleh sejumlah responden. Beberapa remaja mengungkapkan bahwa mereka merasa kurang layak jika tidak dapat memenuhi ekspektasi tersebut, baik dalam hal bentuk tubuh maupun kepemilikan pakaian mahal. Salah satu responden menggambarkan pengalamannya: "Setelah melihat foto di Instagram, saya merasa harus memiliki tubuh yang sempurna dan pakaian mahal agar diterima." Pernyataan ini menggarisbawahi adanya beban psikologis yang sering menyertai konsumsi konten fashion digital. Dengan demikian, meskipun kesadaran diri terhadap penampilan meningkat, hal ini sering kali

dibarengi dengan rasa cemas dan tekanan untuk memenuhi standar kecantikan yang ideal namun sulit dicapai.

Selain itu, konsumsi konten fashion digital juga berdampak pada citra diri remaja. Responden yang aktif mengikuti tren fesyen cenderung memiliki citra diri yang lebih positif dibandingkan mereka yang kurang memperhatikan tren tersebut. Saat mengenakan pakaian modis yang sedang tren, beberapa responden melaporkan merasa lebih percaya diri dan lebih siap menghadapi tantangan sehari-hari (Haddock et al., 2022). Salah satu responden menyatakan: "Ketika saya mengenakan pakaian yang modis, saya merasa lebih percaya diri dan siap menghadapi dunia." Pernyataan ini menunjukkan adanya korelasi positif antara keterlibatan dalam tren fashion digital dan penguatan citra diri.

Namun, pengaruh ini tidak sepenuhnya positif (Isaksen et al, 2012). Bagi sebagian remaja, partisipasi dalam tren mode digital dapat memperkuat citra diri yang positif, tetapi bagi yang lain, hal ini berpotensi memperburuk perasaan tidak puas terhadap diri sendiri jika mereka merasa tidak mampu mengikuti standar yang ada. Oleh karena itu, interaksi remaja dengan konten fashion digital perlu diimbangi dengan pendekatan kritis dan kesadaran akan potensi dampak negatifnya agar mereka dapat memanfaatkan tren ini secara sehat dan seimbang.

### **Partisipasi Tren Fashion Digital Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Remaja**

Partisipasi Aktif atau Partisipasi Aktif Partisipasi pasif dalam tren fashion digital dapat dibagi menjadi dua kategori: partisipasi aktif (misalnya memposting foto pakaian di jejaring sosial) dan partisipasi Partisipasi pasif (hanya mengamati tanpa berinteraksi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja yang aktif mengikuti tren fashion digital cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang hanya mengamati. Orang yang aktif berbagi konten fashion merasa lebih dihargai dan mendapat dukungan dari teman. Salah satu responden mengatakan: "Ketika saya menerima banyak suka dan komentar positif tentang pakaian saya, saya merasa lebih baik tentang diri saya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa validasi sosial terhadap interaksi media sosial dapat meningkatkan kepercayaan diri.

Partisipasi dalam komunitas fashion digital juga berperan penting dalam meningkatkan rasa percaya diri remaja. Banyak responden mengatakan mereka merasa terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat serupa melalui grup dan forum online (Ahn, 2011). Dukungan komunitas ini memberi saya dorongan emosional yang sangat besar. Salah satu responden menceritakan bagaimana komunitas online membantu mereka menemukan gaya pribadi unik mereka. "Saya mendapat teman baru yang juga menyukai fashion, yang memberi saya kepercayaan diri dalam mengekspresikan diri melalui pakaian," ujarnya. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas mode digital dapat menjadi sumber dukungan sosial yang penting bagi remaja.

Meskipun ada manfaat dari berpartisipasi dalam tren mode digital, penelitian ini juga menemukan risiko perbandingan sosial yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri remaja. Beberapa responden melaporkan bahwa mereka sering membandingkan penampilan mereka dengan influencer dan teman di media sosial, sehingga dapat menyebabkan rendahnya harga diri. Salah satu responden mengatakan, "Ketika saya melihat seseorang mengenakan pakaian yang lebih keren atau memiliki tipe tubuh yang lebih ideal, terkadang saya merasa tidak cukup baik." Hal ini menunjukkan bahwa ini adalah pedang bermata dua." Meskipun berpartisipasi dalam tren fesyen digital dapat meningkatkan kepercayaan diri Anda, hal ini juga dapat menimbulkan ketidakpuasan diri. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa tren fashion digital mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan diri remaja.

Konsumsi konten fesyen digital dapat meningkatkan kepercayaan diri dan citra diri remaja, namun juga dapat memberikan tekanan pada mereka untuk memenuhi standar kecantikan yang tidak realistis. Selain itu, partisipasi aktif dalam tren fesyen digital

berdampak positif pada kepercayaan diri berkat dukungan sosial yang diberikan oleh komunitas online. Namun, risiko perbandingan sosial masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penting bagi remaja untuk memiliki pemahaman yang sehat tentang penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap persepsi diri. Penelitian di masa depan dapat mempertimbangkan strategi untuk mengurangi dampak negatif perbandingan sosial dan mendorong penggunaan media sosial yang lebih positif dalam konteks mode.

## SIMPULAN DAN SARAN

Studi ini menunjukkan bahwa tren fesyen digital mempunyai dampak signifikan terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri remaja. Mengonsumsi konten fashion digital dapat meningkatkan kepercayaan diri remaja terhadap penampilan dan mendorong mereka untuk mencoba gaya baru. Di sisi lain, tekanan untuk memenuhi standar kecantikan yang seringkali tidak realistis dapat menimbulkan ketidakpuasan. Selain itu, partisipasi aktif dalam komunitas mode digital telah terbukti berhubungan positif dengan kepercayaan diri generasi muda, dan dukungan sosial melalui interaksi media sosial memberikan peningkatan emosional yang penting.

Namun, risiko perbandingan sosial masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi remaja akibat pengaruh tren fashion digital, disarankan agar lembaga pendidikan dan orang tua memberikan edukasi mengenai body image positif dan penggunaan media sosial secara bijak. Program yang mempromosikan keunikan individu dan merayakan keragaman dalam penampilan dapat membantu remaja mengembangkan rasa percaya diri yang sehat. Selain itu, penting bagi pembuat konten dan influencer untuk menyampaikan pesan yang lebih realistis dan inklusif dalam konten mereka, sehingga mengurangi tekanan yang dirasakan remaja untuk memenuhi standar kecantikan yang tidak realistis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahn, J. (2011). Digital Divides and Social Network Sites: Which Students Participate in Social Media?. *Journal of Educational Computing Research*, 45, 147 - 163. <https://doi.org/10.2190/EC.45.2.b>.
- Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125-131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Haddock, A., Ward, N., Yu, R., & O'Dea, N. (2022). Positive Effects of Digital Technology Use by Adolescents: A Scoping Review of the Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19. <https://doi.org/10.3390/ijerph192114009>.
- Haryanti, I., Nurdin, H., Purnama, I., Mulya, K. S., & Nurulrahmatiah, N. (2020, August). Hedonic motives and fashion trends in decisions to purchase veil clothes. In 1st Annual Conference on Education and Social Sciences (ACCESS 2019) (pp. 139-141). Atlantis Press.
- Hasrin, A., & Sidik, S. (2023). Tren Kecantikan Dan Identitas Sosial: Analisis Konsumsi Kosmetik Dan Objektifikasi Diri Di Kalangan Perempuan Kota Palopo. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(4). <https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71618>
- Isaksen, K., & Roper, S. (2012). The Commodification of Self-Esteem: Branding and British Teenagers. *Psychology & Marketing*, 29, 117-135. <https://doi.org/10.1002/MAR.20509>.
- Kristina, S., Abidin, Z., & Hariyanto, F. (2024). Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Korean Fashion Pada Media Sosial Tiktok. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 26-34. <https://doi.org/10.35326/medialog.v7i2.5947>

- Kuncoro, M. F. H., & Sugiyono, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sandal Fipper (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif.
- Niam, M. F., Rumahlewang, E., Umiyati, H., Dewi, N. P. S., Atiningsih, S., Haryati, T., ... & Wajdi, F. (2024). Metode Penelitian Kualitatif.
- Syafa'ati, S. N., & Khusyairi, J. A. (2023). Citayam Fashion Week: Ekspresi Remaja Di Ruang Publik Pada Media Sosial Tiktok Di Era Digital. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 8(1), 71-88. <http://dx.doi.org/10.20527/mc.v8i1.15523>