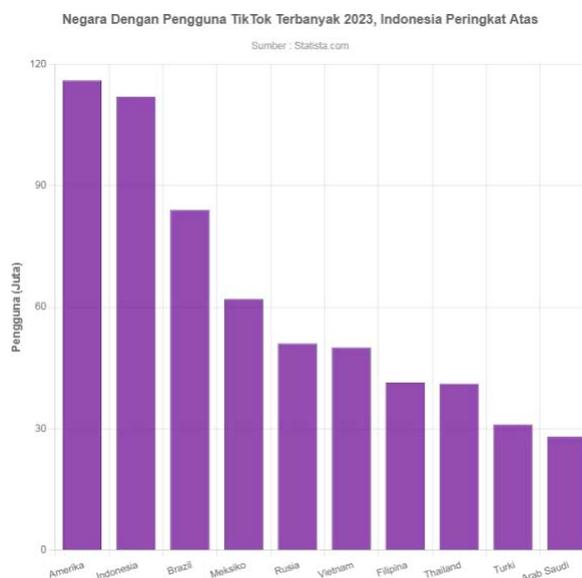


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aplikasi Tiktok menyediakan *fitur* berupa video pendek yang dapat menarik perhatian para penggunanya. Aplikasi Tiktok merupakan sebuah jejaring media sosial dan *platform* video pendek yang disertai dengan musik. Aplikasi Tiktok menyuguhkan berbagai macam *fitur* seperti video pendek yang menarik. Semakin menarik dan semakin unik video yang dibagikan maka akan semakin banyak pula yang melihat video tersebut. Adanya aplikasi Tiktok ini, dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif. Aplikasi Tiktok pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 oleh perusahaan asal Tiongkok yaitu *Byte Dance* dan hingga saat ini sudah mempunyai jutaan pengguna dari seluruh dunia. Indonesia merupakan negara yang memiliki pengguna Tiktok terbanyak kedua setelah Amerika. Berikut data negara dengan pengguna aplikasi Tiktok terbanyak di dunia periode April 2023.¹



Gambar 1 Daftar Negara Pengguna Aktif Aplikasi Tiktok Terbanyak
Sumber : DataGoodsats.id dalam diakses pada 30 Oktober 2023

Aplikasi ini merupakan satu aplikasi yang paling populer di seluruh dunia. Tiktok mempunyai motif penggunaan yang cukup untuk bisa menyampaikan

¹ Kurnia, Elma Armavillia. "Negara dengan Pengguna Tiktok Terbanyak 2023, Indonesia Peringkat 2". data.goodstats.id diakses pada 30 Oktober 2023, h. 1.

berbagai pesan maupun informasi melalui video pendek 15 atau 60 detik hingga 3 menit. Isi informasi pada konten Tiktok biasanya berkaitan dengan konten edukasi, *fashion*, *life hack* atau konten yang bersifat hiburan. Menurut Survei *Adweek-Morning Consult* sebanyak 49% pengguna akan membeli produk atau layanan setelah melihat iklan, promosi, atau konten yang muncul di Tiktok². Oleh karena itu, Tiktok dipandang sebagai media yang dapat memberikan pengaruh kepada para penggunanya, oleh karena itu setiap konten video yang diunggah di aplikasi Tiktok dapat membentuk perilaku dan kebiasaan-kebiasaan tertentu terhadap para penggunanya. Seorang konten keator Tiktok dapat disebut dengan *influencer* karena peran mereka yang dapat memberikan pengaruh terhadap para penggunanya.

Influencer adalah seseorang atau figur dalam media sosial yang mempunyai jumlah pengikut (*followers*) yang banyak sehingga pesan atau informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya³. Konten-konten yang diunggah pada media sosial Tiktok dapat berisikan berbagai macam hal, salah satunya adalah konten *Outfit of the Day* (OOTD). Konten ini menjadi populer di kalangan para remaja pengguna aplikasi Tiktok, karena konten dengan konten ini menjadi salah inspirasi bagi para pengguna aplikasi Tiktok dalam gaya berpakaian mereka. Secara tidak langsung hal ini akan memberikan pengaruh dan kebiasaan baru khususnya para remaja. Banyaknya konten-konten OOTD yang beredar di aplikasi Tiktok dimungkinkan membentuk perilaku konsumtif bagi para remaja, karena pada konten tersebut mengandung promosi berbagai macam pakaian yang cocok sesuai dengan preferensi *viewersnya*.

Konten OOTD ini biasanya akan menunjukkan *style* aksesoris hingga pakaian yang mereka gunakan untuk aktifitas sehari-hari atau pada saat acara tertentu. Pada konten OOTD juga biasanya akan memberikan edukasi yang berkaitan dengan gaya berpakaian, seperti tutorial *style*, *mix and match*, perpaduan warna pakaian dan lain

² Maulidiya, Rohana. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi *Fashion* Remaja (Studi pada Pelajar SMAN 1 Pringsewu)". Skripsi. Universitas Lampung. 2023, h. 6.

³ Hariyanti, N.T., & Wirapraja, A. "Pengaruh Influencer Marketing sebagai Startegi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur)". *Jurnal Eksekutif*. Vol 15, 133-146. 2018.

sebagainya. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk dapat memberikan cara berpakaian dan akan membentuk pola perilaku seseorang atau pengikutnya untuk dapat mengikuti gaya berbusana sesuai dengan konten OOTD tersebut. Apalagi jika pada konten tersebut memberikan gaya berpakaian terbaru atau yang sedang trend di kalangan para *followersnya* saat ini, maka dimungkinkan para pengikutnya juga akan membeli pakaian yang ditampilkan dan direkomendasikan pada konten OOTD tersebut. Salah satu konten kreator aplikasi Tiktok sering menayangkan konten *Outfit of the Day* (OOTD) adalah akun @kent.hadi sehingga ia dijuluki sebagai *fashion influencer*. Saat ini akun tersebut sudah mempunyai pengikut sebanyak 275 ribu. Ia juga terkenal karena mempunyai gaya *outfit* yang keren dan *stylish*, selain itu juga *Influencer* @Kent.Hadi sering berpergian ke berbagai Negara untuk mengetahui *trend fashion* yang nantinya menjadi referensi ia dalam membuat konten Outfit Of The day (OOTD). Oleh karena itu konten-konten OOTD yang diunggah oleh *Influencer* @Kent.Hadi banyak mempromosikan brand lokal maupun universal.

Peneliti memilih akun Tiktok @kent.hadi, sebagai objek penelitian karena akun tiktok @Kent.hadi sangatlah komunikatif dan interaktif antara para pengikut dan juga *creator* nya. *Influencer* @Kent.Hadi ini memiliki daya Tarik dan ciri khas tersendiri dalam membuat konten, ia sangat jelas jika sedang merivew barang dan sangat detail juga apabila menurut ia bagus ya dijawab bagus apabila kurang bagus ia sering memberikan saran lebih baik memakai bagian A dibanding memakai bagian B tanpa harus menjelekan nama brand tersebut. Selain itu, @kent.hadi pun mempunyai brand pakaian sendiri yaitu brand Hotel, seperti hoodie, sweater, celana baggy dan banyak lagi lainnya. Hal ini tentu sangat menarik bagi peneliti untuk mengetahui bagaimana isi konten yang disajikan oleh akun Tiktok @kent.hadi sehingga mampu mempengaruhi para pengguna dan *followersnya*. Selain itu, bahkan konten-konten OOTD yang diunggah pada akun Tiktok @kent.hadi tersebut menjadi FYP (*Four Your Page*) artinya konten-konten tersebut masuk dalam rekomendasi konten para pengguna aplikasi Tiktok. Sehingga tidak heran apabila kontennya sangat digemari oleh para peengguna aplikasi Tiktok.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih dalam tentang konten OOTD di Aplikasi Tiktok melalui penelitian ini dengan judul “**ANALISIS DESKRIPTIF KUALITATIF KONTEN *OUTFIT OF THE DAY* (OOTD) OLEH *FASHION INFLUENCER* DI APLIKASI TIKTOK**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu: bagaimana konten *Outfit of the Day* (OOTD) oleh *fashion influencer* di aplikasi Tiktok?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu: untuk mengetahui bagaimana konten *Outfit of the Day* (OOTD) oleh *fashion influencer* di aplikasi Tiktok.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis, praktis dan sosial yang dipaparkan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan menambah pengetahuan bagi peneliti serta mahasiswa ilmu komunikasi dan multimedia tentang isi kualitatif konten *Outfit of the Day* (OOTD) oleh *fashion influencer* di aplikasi. Penelitian ini juga diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat bagi yang membaca serta pengetahuan yang menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai sarana dalam mengimplementasikan pengetahuan tentang konten *Outfit of the Day* (OOTD) oleh *fashion influencer* di aplikasi Tiktok serta dapat menjadikan masukan, pertimbangan dan bahan evaluasi yang dapat digunakan oleh pihak terkait untuk menjadi dasar dalam mengembangkan menyampaikan informasi khususnya tentang konten OOTD.

1.4.3 Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi dan referensi bagi masyarakat umum maupun para pengguna aplikasi Tiktok khususnya pada pengetahuan tentang isi kualitatif konten *Outfit of the Day* (OOTD) oleh *fashion influencer* pada aplikasi Tiktok.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan cara mendasar untuk memberikan persepsi, berpikir, memberikan nilai dan melakukan tindakan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus sesuai dengan realitas dan fakta yang ada⁴. Paradigma dapat mendefinisikan dan membantu dalam menemukan sesuatu yang harus diteliti dan dikaji. Selain itu paradigma juga dapat memunculkan pertanyaan-pertanyaan penelitian dan bagaimana cara merumuskan pertanyaan-pertanyaan tersebut. Sehingga paradigma dapat disimpulkan sebagai sebuah pandangan, berpersepsi dan cara berpikir yang mendasar mengenai pokok bahasan pada bidang ilmu tertentu.

Terdapat berbagai macam paradigma yang sering digunakan dalam sebuah penelitian yaitu paradigma positivisme, interpretivisme, konstruktivisme, dan kritisisme. Paradigma-paradigma penelitian tersebut mempunyai asumsi mendasar yang berbeda-beda. Sehingga dalam sebuah penelitian harus dapat memilih paradigma yang cocok dan dapat mendasari pokok bahasan pada penelitian tersebut.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Penggunaan paradigma ini didasarkan pada pandangan atau persepsi berpikir pada setiap pengetahuan bukan hanya hasil dari pengalaman berdasarkan fakta, namun hasil konstruksi pemikiran dari sebuah subjek yang diteliti. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi dan dokumentasi serta studi pustaka untuk mengumpulkan data tentang konten *Outfit of the Day* (OOTD) oleh *fashion influencer* di aplikasi Tiktok. Penggunaan paradigma konstruktivisme ini diharapkan dapat memberikan

⁴ Moleong, L. J. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Bandung: Remaja. 2012, h. 49.

pemikiran dan pandangan kepada peneliti untuk menghasilkan temuan sesuai dengan fakta dan realitas yang ada.

1.5.2 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang objektif tentunya memerlukan suatu metode penelitian yang dapat dipakai untuk menguji validasi data dan juga untuk memahami objek penelitian yang akan diuji sesuai dengan kebenarannya. Sehingga tahap awal yang dilakukan sebelum memulai penelitian yaitu dengan mengumpulkan data yang dicari dari berbagai sumber informasi yang kredibel.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Creswell (2009) bahwa penelitian kualitatif mengeksplorasi dan memahami makna perilaku serta menggambarkan masalah sosial.⁵ Konteks pada penelitian ini menggunakan dokumen berupa video yang terdapat pada konten OOTD di aplikasi Tiktok @kent.hadi. Peneliti memberikan batasan dalam penelitian karena keterbatasan waktu serta peneliti ingin lebih berfokus pada konten-konten *trend fashion*. Sehingga batasan penelitian ini ditetapkan pada konten yang diunggah pada periode bulan Maret - April 2024 sebagai unit analisis. Penggunaan metode penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberi penggambaran mengenai bagaimana isi sebuah informasi dari konten *Outfit of The Day* di aplikasi Tiktok yang dilakukan oleh *fashion influencer*.

1.5.3 Unit Analisis

Unit analisis didefinisikan sebagai apa yang akan diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk dianalisis berikutnya⁶. Pada penelitian ini, unit analisis berupa dokumentasi konten video yang ditampilkan pada akun Tiktok @kent.hadi yang berkaitan dengan konten OOTD periode bulan Maret hingga bulan April 2024. Pemilihan periode waktu Maret hingga April 2024 sebagai periode penelitian, dengan

⁵ Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung alfabeta CV.Hlm 3

⁶ Eriyanto, Op. Cit, h. 59.

mempertimbangkan banyaknya konten yang sudah diunggah oleh akun tersebut yang berjumlah puluhan bahkan ratusan konten video. Oleh karena itu peneliti memberikan batasan dalam penelitian karena keterbatasan waktu penelitian serta peneliti ingin lebih berfokus pada konten-konten terbaru yang menjadi *trend fashion* para pengguna Tiktok akhir-akhir ini. Adapun unit analisis yang digunakan adalah keseluruhan konten video OOTD (*Outfit of the Day*) yang berjumlah total sebanyak 50 buah video.

Bagian yang menjadi fokus penelitian adalah keseluruhan postingan yang ditampilkan di akun Tiktok @kent.hadi yang selanjutnya nanti akan ditelaah sesuai indikator yang telah ditentukan menurut Hanafi dalam Erni (2019) yaitu isi pesan. Berikut merupakan rincian jumlah postingan dan contoh unit analisis penelitian ini.

Tabel 1. Unit Analisis

Periode	Jumlah	Contoh	Keterangan
Maret	27		Isi pesan: <i>Outfit of the Day</i> (OOTD) untuk menonton konser Bruno Mars
April	23		Isi pesan: <i>Outfit of the Day</i> (OOTD) cara untuk styling sandal Birken

1.5.4 Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan tempat dimana variabel melekat dan tempat atau sesuatu dimana data untuk variabel dalam penelitian tersebut diperoleh⁷. Subjek penelitian ini berkaitan dengan orang-orang pada variabel yang dipermasalahkan. Subjek penelitian mempunyai peranan yang sangat penting dalam mengamati dan memperoleh data pada penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah *fashion influencer* aplikasi Tiktok yang mengunggah konten *Outfit of the Day* (OOTD).

b. Objek Penelitian

Objek penelitian didefinisikan sebagai suatu karakteristik, sifat, *value* dari individu, benda, sesuatu atau aktivitas yang mempunyai variasi tersendiri untuk kemudian dapat dianalisis serta dapat disimpulkan⁸. Objek dalam penelitian ini yaitu pada konten *Outfit of the Day* (OOTD) di aplikasi Tiktok dari akun @kent.hadi. Dimana akun tersebut mempunyai ratusan ribu *followers* dan kontennya sering masuk di FYP (*Four Your Page*). Akun tersebut aktif dan sering mengunggah konten *Outfit of the Day* (OOTD) sehingga mempunyai banyak *followers*, *viewers*, *likes* dan komentar dari para pengguna aplikasi Tiktok.

1.6 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1.6.1 Data Primer

Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan tujuan untuk dapat menjawab pertanyaan dalam penelitian yang dilakukan⁹. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan dokumentasi dan pengamatan atau observasi secara virtual pada konten *Outfit of the Day* berupa video yang diunggah pada akun Tiktok @kent.hadi periode Maret hingga April 2024.

⁷ Arikunto, S. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 152.

⁸ Sugiyono. "Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods)". Bandung: Alfabeta, 2015, h. 38.

⁹ Danang, Sunyoto. "Metodologi Penelitian Akuntansi". Bandung: PT Refika Aditama. 2016, h. 21.

Data primer dalam penelitian yang menggunakan metode analisis isi menggunakan teknik simbol koding dengan mencatat lambang atau pesan secara sistematis yang nantinya akan diinterpretasi oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi rujukan untuk melakukan koding data berupa konten video terkait OOTD (*Outfit of the Day*) pada akun Tiktok @kent.hadi dengan indikator menurut Hanafi dalam Erni (2019) yaitu isi pesan atau isi dari konten yang disampaikan.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan atau dari sumber lainnya dengan kata lain sumber data ini dapat memberikan informasi melalui perantara (tidak secara langsung)¹⁰. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui sumber data yang mendukung penelitian ini yaitu melalui studi pustaka atau studi literatur.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui berbagai macam metode, yaitu:

1.7.1 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian¹¹. Dokumentasi pada penelitian dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan informasi maupun data melalui berbagai sumber seperti artikel, jurnal, buku, laporan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan variabel pada penelitian ini. Dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen dalam bentuk postingan yang ditampilkan berupa konten video di akun Tiktok @kent.hadi periode Maret hingga April 2024.

¹⁰ Danang, Sunyoto, *Op, Cit.* h. 21.

¹¹ Sugiyono, *Op Cit*, h. 124.

1.7.2 Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik untuk pengumpulan informasi dan data yang memiliki karakteristik tertentu¹². Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung dan melihat konten *Outfit of the Day* (OOTD) pada akun Tiktok @kent.hadi periode Maret hingga April 2024.

1.7.3 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan kaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai-nilai, kebudayaan serta norma dan aturan yang berkembang pada kondisi sosial yang diteliti¹³. Peneliti melakukan studi pustaka dengan mempelajari berbagai literatur dari berbagai sumber seperti artikel, jurnal, karya ilmiah, buku serta sumber lain yang dapat mendukung dalam pengumpulan data pada penelitian ini.

1.8 Teknik Analisis Data

Coding merupakan suatu gambaran yang nyata dari analisis isi kualitatif. Penelitian ini menggunakan *coding* untuk menggambarkan inti makna dari berbagai macam kode-kode, konten-konten, dan bentuk-bentuk penyampaian pesan secara visual pada akun Tiktok @kent.hadi. Selain itu, pada penelitian ini, *coding* juga digunakan untuk mengurangi dan merangkum makna tersebut agar dapat memudahkan untuk menjawab pernyataan penelitian (Schreier, 2012).

Pertama-tama peneliti akan menggambarkan kategori isi pesan dari konten-konten visual yang sudah ada. Tahapan kedua, peneliti akan mengidentifikasi kategori isi atau konten pesan yang relevan kemudian dapat mendeskripsikannya. Dalam melakukan *coding* peneliti harus menggambarkan apa yang telah dipelajari serta maksud dari penelitian tersebut. Maka saat mengelompokkan kategori, proses *coding* harus relevan mendekati data aslinya (James, 2016, hal. 88-89).

Di tahap pertama yaitu pengkodean, dimana kode-kode tersebut akan memberikan fasilitas berupa disusunnya dari pola atau makna dari isi-isi konten dalam pembahasan mengenai isi dari konten OOTD di akun Tiktok @kent.hadi. Di

¹² H.B Sutopo. "Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian)". Surakarta: Sebelas Maret Press, 2016, h. 46.

¹³ *Ibid*, h. 291

tahap kedua, peneliti akan mengkategorisasikan setiap bulannya, dari bulan Maret – April 2024 dan mengidentifikasi isi maupun konten pesanya. Berikut merupakan kategorisasi untuk melihat isi pada konten OOTD.

Tabel 2. Kategori Dalam OOTD

No	Kategori	Indikator	Keterangan
1.	Isi Konten yaitu bahan atau materi yang dipilih dan ditentukan oleh komunikator dalam hal ini adalah <i>fashion influencer</i> untuk mengomunikasikan maksudnya melalui sebuah video konten konten OOTD di aplikasi Tiktok. (Siahaan, 1991).	Tutorial Fashion	Konten yang menjelaskan cara berbusana dengan style atau gaya tertentu.
		Fashion Hacks	Konten yang menjelaskan cara mengubah barang fashion lama menjadi terlihat baru.
		Unboxing & Review	Konten yang memperkenalkan produk fashion serta memberikan penilaian terhadap produk fashion yang telah digunakan.
		Inspirasi OOTD	Konten yang menampilkan inspirasi gaya berbusana yang dipakai oleh <i>influencer</i> pada hari itu.

		Konten Thrifting	Konten yang membagikan pengalaman berburu pakaian di toko thrift.
--	--	------------------	---

1.9 Metode Pengujian Data

Teknik pengujian data dilakukan untuk memberikan bukti terkait yaitu penelitian yang bersifat ilmiah, serta pengujian perolehan dari peneliti. Pengujian data keabsahan dalam kualitatif terdapat uji *Credibility* dan *Transferability*¹⁴. Dalam melakukan teknik pengujian data pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua teknik yang berkaitan, yaitu:

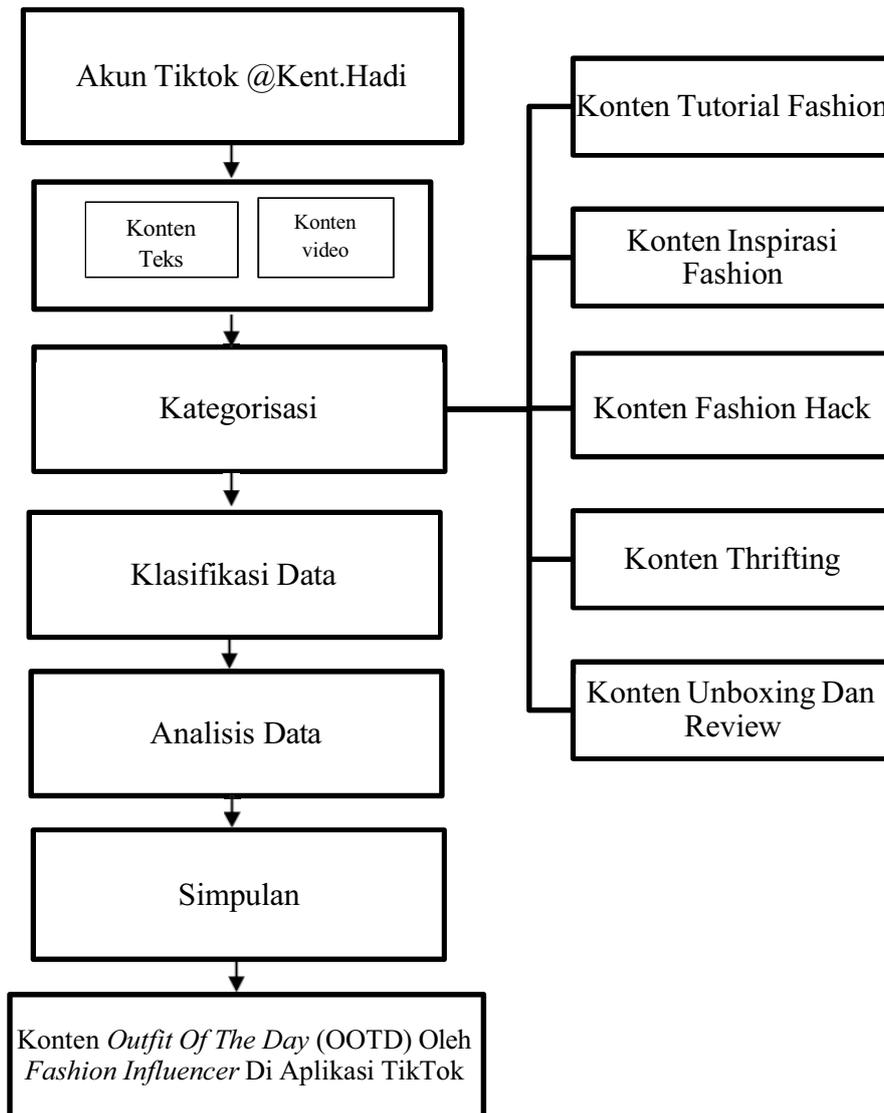
1. *Credibility*: pengujian secara kredibilitas terhadap sebuah data atau keabsahan data dari hasil penelitian kualitatif ini dengan kesepakatan antar koder dengan menggunakan alat ukur lembar coding (*coding sheet*) yang terpercaya. Pemberian petunjuk dari analisis isi didalam toleransi seberapa banyak yang dapat diterima dari berbeda (Eriyanto, 2011). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan koder lain yaitu hakim sebagai pembanding dalam pengisian dan kesepakatan pada lembar koding sebagai alat ukur. Peneliti memilih pembimbing skripsi sebagai koder hakim karena pembimbing juga pernah menggunakan metode analisis isi kualitatif dalam penelitian terkait dengan analisis isi kualitatif.
2. *Transferability*: Uji *transferability* terkait bahwa bisa dijadikan penerapan dalam perbedaan situasi. *Transferability* merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat sepakat ataupun dapatnya dalam penerapan hasil terhadap sebuah populasi dari sampel. Nilai dalam transfer mengenai dengan memepertanyakan sejauh mana hasil tersebut lalu dapat digunakan dalam kondisi yang selainnya. Uji data ini dilakukan agar orang lain dapat memahami penelitian ini dan dapat dipercaya berdasarkan uraian yang sudah dirincikan secara jelas dan sistematis, sehingga

¹⁴ Sugiyono, Op Cit, h. 171.

pemutusan/tidak dapat diaplikasikan di wilayah lain. Dalam penelitian ini, melakukan *transferability* dengan menggunakan sebuah indikator yang sudah teruji dan digunakan dalam sejumlah penelitian terkait analisis isi kualitatif.

1.10 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.10.1 Kerangka Konsep



1.10.2 Definisi Konsep

Definisi konseptual adalah batasan tentang pengertian yang diberikan peneliti terhadap variabel-variabel atau konsep yang hendak diukur, diteliti,

dan digali datanya¹⁵. Definisi konseptual pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan suatu proses pengelompokan ide, objek, data ataupun informasi yang dikelompokkan berdasarkan karakteristik tertentu. Dengan pengkategorisasian seperti ini, dapat lebih tersusun sehingga memudahkan dalam analisis dan juga pengambilan data.

2. Klasifikasi data

Klasifikasi data merupakan proses mengidentifikasi dan mengelompokkan data ke dalam kategori atau kelas tertentu berdasarkan aturan, pola, atau karakteristik yang telah ditentukan. Tujuan dalam klasifikasi data ini agar lebih mudah digunakan. Dalam konteks ini klasifikasi data digunakan pada bagian pemilihan video konten *Outfit Of The Day* (OOTD) dalam akun Tiktok @Kent.hadi.

3. Analisis Isi

Analisis isi merupakan sebuah teknik penilaian ilmiah yang bertujuan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi, serta ditujukan mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak. Analisis isi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana analisis ini mengarah pada suatu metode analisis integratif dan secara konsep digunakan untuk menemukan dan mengidentifikasi serta mengolah dan menganalisa dokumen yang bertujuan untuk memahami pemaknaan serta signifikansi dan relevansi.

4. Simpulan

Simpulan merupakan proses akhir dalam mengambil keputusan dari penelitian yang sudah dilakukan. Dalam kesimpulan ini akan diuraikan bagaimana hasil dari penelitian yang telah dilakukan guna menjawab rumusan masalah. Proses pengambilan kesimpulan juga mengintegrasikan

¹⁵ Hamidi. "Metode Penelitian dan Teori Komunikasi". Malang: UMM Press. 2010, h. 141.

berbagai fakta, bukti, atau argumen untuk mencapai pemahaman yang lebih jelas dan terfokus. Dengan demikian, kesimpulan sering berfungsi sebagai penutup yang memberikan gambaran menyeluruh tentang apa yang telah dibahas.

5. Konten *Outfit Of The Day* (OOTD) Oleh *Fashion Influencer* Di Aplikasi TikTok

Media social Tiktok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang telah merevolusi cara orang berbagi kreativitas dan hiburan. Dengan durasi video yang bervariasi antara 15 detik hingga 10 menit, TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat konten dalam berbagai format, seperti tarian, tantangan, tutorial, komedi, hingga edukasi. Didukung oleh algoritma yang canggih, aplikasi ini mempersonalisasi pengalaman setiap pengguna melalui halaman *For You Page (FYP)*, menampilkan video yang relevan berdasarkan preferensi dan perilaku mereka. Popularitas TikTok terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda, menjadikannya salah satu platform dengan pertumbuhan tercepat di dunia.

Selain sebagai tempat hiburan, TikTok juga menjadi alat pemasaran yang efektif bagi individu dan bisnis. Dengan fitur seperti hashtag challenge, live streaming, dan kolaborasi dengan kreator, TikTok membuka peluang besar untuk membangun brand awareness dan menjangkau audiens yang lebih luas. Banyak bisnis menggunakan TikTok untuk mempromosikan produk dan layanan mereka dengan cara yang kreatif dan menarik. Kemudahan interaksi melalui komentar, duet, atau stitch juga memungkinkan pengguna untuk terlibat secara langsung, menciptakan komunitas yang aktif dan loyal.

1. Konten *Outfit of the Day* (OOTD)

Konten *Outfit Of The Day* (OOTD) merupakan sebuah informasi, pengetahuan, keterampilan dan proses yang disampaikan melalui media elektronik yang berisi tentang bentuk dari suatu konsep *fashion* atau *style*

yang dipakai pada hari itu. Contohnya adalah pada konten yang menunjukkan gaya berpakaian seseorang yang digunakan pada hari itu.

2. Aplikasi Tiktok

Aplikasi Tiktok merupakan salah satu platform yang menyediakan fitur video untuk berbagi informasi dan sedang banyak digemari. Tiktok memiliki ciri khas tersendiri. Video yang diunggah oleh Tiktok memiliki "watermark" berupa nama pengguna, yang membedakannya dari aplikasi lain. Dalam platform ini sangat banyak keunggulan salah satunya dapat mengganti background dengan berbagai jenis music sesuai dengan keinginan masing-masing.

1.10.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran.¹⁶ Adapun definisi operasional analisis isi kualitatif konten *outfit of the day* (OOTD) oleh *fashion influencer* di aplikasi Tiktok adalah analisis untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi yang dilakukan pada konten *outfit of the day* (OOTD) *fashion influencer* di aplikasi Tiktok. Analisis isi kualitatif pada konten *outfit of the day* (OOTD) *fashion influencer* di aplikasi Tiktok dilakukan berdasarkan pengkategorisasian berdasarkan jenis-jenis konten OOTD yang sering digunakan oleh *fashion influencer* dalam membuat konten di aplikasi Tiktok yaitu:

1. Konten Tutorial Fashion

Konten tutorial fashion merupakan konten yang berisi video yang membagikan cara atau tutorial memadupadankan pakaian serta aksesoris dan menyampaikan edukasi tentang bagaimana memiliki pakaian atau *outfit* sesuai dengan style yang diinginkan. Contohnya pada konten cara berpakaian dengan style minimalis, konten cara berpakaian ketika musim

¹⁶ Ismail, Nurdin., & Hartati, Sri. "Metodologi Penelitian Sosial". Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019, h. 123.

panas atau musim dingin, konten cara berpakaian dengan tema warna tertentu.

2. Konten Inspirasi Fashion

Konten inspirasi fashion merupakan konten yang membagikan bertujuan untuk memberikan inspirasi berpakaian sesuai dengan *style* mereka agar dapat memberikan diikuti oleh para audiensnya. Contohnya pada konten yang menunjukkan fashion ala tokoh, artis, selebritis atau *influencer* tertentu misalnya cara berpakaian ala Justin Bieber.

3. Konten Fashion Hacks

Konten fashion hacks merupakan konten edukasi mengenai bagaimana mengubah baju lama menjadi terlihat baru atau berbeda dari yang semula. Konten ini juga memberikan edukasi kepada audiens untuk memanfaatkan barang atau pakaian lama dan diubah menjadi tampilan baru yang lebih menarik, hal ini perlu disampaikan dengan tujuan untuk melestarikan lingkungan sehingga barang atau pakaian yang seharusnya dibuang begitu saja namun bisa tetap dipakai kembali dengan *stylish*. Contohnya pada konten DIY sepatu bekas menjadi sepatu yang menarik dengan menempelkan beberapa stiker atau mengubah warna sepatu yang sudah kusam dengan menggunakan pewarna cat minyak, cat air atau melukis sepatu yang sudah usang, dan lain sebagainya.

4. Konten Thrifting

Konten thrifting merupakan konten yang berisi berbagi pengalaman berburu pakaian di toko thrift baik online maupun offline sehingga biasanya konten ini mempunyai daya tarik tersendiri bagi para audiens. Contohnya pada konten yang menunjukkan seseorang berbelanja barang maupun pakaian bekas secara langsung di pasar.

5. Konten Unboxing dan Review

Konten Unboxing dan review merupakan konten yang menampilkan video yang berisi unboxing atau membuka kotak produk dan kemudian mereviewnya dari packaging, keterangan produk, kualitas produk, warna, motif produk, harga produk dan lain sebagainya. Contohnya pada konten

dimana seseorang membuka paket yang berisi produk dan memberikan penilaian terhadap produk dari brand tersebut.