

Konstruksi Identitas Sosial *Fashion* Remaja (Studi Kualitatif Pada Pengguna Pinterest Di Jabodetabek)

Arrizky Putra Ramadhan¹, Asrul Nur Iman²

^{1,2}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta
asrul.nur.iman@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

Fashion dipengaruhi oleh perubahan sosial, politik, ekonomi, dan teknologi, menjadi sarana penting untuk diterima oleh masyarakat. Pinterest menyediakan *platform* bagi remaja untuk mengeksplorasi gaya pribadi dan membangun identitas sosial melalui interaksi visual. Fokus penelitian ini adalah bagaimana remaja di Jabodetabek mengonstruksi identitas sosial mereka melalui Pinterest, mengungkap aspek psikologis dan sosial yang mendasari preferensi mereka terhadap *platform* ini sebagai sumber referensi *fashion*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam, observasi, wawancara mendalam dengan 10 orang informan dan analisis konten dengan subjek remaja berusia 17-24 tahun yang aktif menggunakan Pinterest. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pinterest digunakan sebagai sumber referensi utama dalam bidang fotografi, desain video, dan *fashion*, serta sebagai alat untuk eksplorasi identitas diri. Informan menganggap Pinterest lebih efektif dibandingkan media sosial lainnya dalam menyediakan konten berkualitas tinggi dan *up-to-date*. Penelitian ini menguatkan teori konstruksi identitas sosial yang dikemukakan oleh Chris Barker (2004), dimana identitas diri dibentuk melalui interaksi sosial dan penyerapan elemen budaya dari lingkungan. Pinterest terbukti menjadi *platform* yang efektif untuk merangsang kreativitas, mendukung eksplorasi identitas diri, dan membantu dalam berbagai pekerjaan profesional.

Kata kunci: Konstruksi Identitas, Identitas Sosial, Remaja, *Fashion*, Pinterest

PENDAHULUAN

Evolusi gaya berpakaian atau *fashion* merupakan fenomena yang selalu berubah, mencerminkan sifat dinamis masyarakat seiring berjalannya waktu. Dari peradaban kuno hingga era modern, tren dalam berpakaian terus beradaptasi dengan dinamika sosial yang beragam, menunjukkan transformasi yang luar biasa sejalan dengan perubahan kebutuhan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhinya. Ini menjadi manifestasi dari hubungan erat antara *fashion* dan konteks sosialnya yang terus berubah, karena setiap era memiliki identitas *fashion* yang unik dan nuansa budaya yang membentuknya. Setiap periode menampilkan keunikan dalam hal gaya, material, warna, dan potongan pakaian yang menjadi tren (Chairul, 2021).

Tren *fashion* banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perubahan sosial, politik, ekonomi, dan teknologi. Setiap periode berbeda satu sama lain dalam hal gaya, bahan, warna, dan potongan pakaian yang menjadi tren. Kebudayaan *fashion* dari masa ke masa mencerminkan identitas dan citra diri masyarakat pada saat itu (McKinsey & Company, 2021).

Diterima: 5 Juni 2024, Direvisi: 1 September 2024, Diterbitkan: 14 Oktober 2024

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, kita telah menyaksikan perkembangan signifikan dalam dunia fashion. Ini disebabkan oleh dampak yang semakin kuat dari *fashion* dan penampilan dalam kehidupan sosial.

Cara seseorang berpakaian kini tidak hanya menjadi ekspresi individual, tetapi juga memainkan peran penting dalam bagaimana individu tersebut diterima dan diakui oleh masyarakat di sekitarnya. *Fashion* telah menjadi bahasa yang kuat untuk berkomunikasi, menyampaikan pesan tentang kepribadian, aspirasi, dan nilai-nilai seseorang. Kemajuan teknologi juga telah mengubah cara kita berinteraksi dengan *fashion*. Kemajuan dalam *e-commerce* dan media sosial telah membuka pintu akses yang lebih besar terhadap tren *fashion* global dan memberikan *platform* bagi individu untuk berbagi gaya mereka dengan dunia. Ini menciptakan lingkungan yang lebih dinamis dan inklusif di mana inspirasi *fashion* dapat ditemukan dari berbagai budaya dan latar belakang (Lestari, 2020).

Dengan begitu banyak faktor yang berkontribusi pada perkembangan signifikan dalam *fashion* belakangan ini, tidak dapat disangkal bahwa penampilan dan *fashion* telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial. Ini bukan hanya tentang apa yang dikenakan, tetapi juga tentang bagaimana menyampaikan identitas dan berinteraksi dengan dunia sekitarnya (Hendraningrum, 2008). Seiring berjalannya waktu, kita dapat mengharapkan evolusi lebih lanjut dalam dunia *fashion* yang akan terus mencerminkan perubahan dalam budaya dan masyarakat kita. Menurut Saravanan (2015), *fashion* telah mengalami perubahan 360 derajat dalam aspek komunikasinya, dari memproyeksikan gambar dasar tentang bagaimana penampilan kita dan perasaan kita hingga mengekspresikan pengalaman emosional kita melalui alat interaktif dalam pakaian.

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan budaya, menurut Edytia & Sahputra (2021) Pinterest telah menjadi pusat daya tarik bagi desainer dan kreator konten dalam mencari inovasi baru. Dengan fokusnya pada penciptaan karya yang unik, Pinterest bukan hanya tempat untuk mendapatkan inspirasi, tetapi juga ruang kreatif untuk membangun merek, berbagi ide, dan mengembangkan bisnis di dunia *fashion*. Ada perbedaan mendasar dengan *platform* media sosial lainnya, di mana Pinterest lebih menitikberatkan pada penciptaan karya yang unik dan memberikan inspirasi (Arifin, 2023). Dengan demikian, terlibat dalam pengembangan tren *fashion* di era digital

ini tidak hanya memperkaya gaya berpakaian tetapi juga membuka peluang kreatif dan bisnis yang luas.

Pinterest membuktikan dirinya sebagai salah satu *platform* media sosial yang tidak boleh diabaikan dalam pembicaraan tentang peran media sosial dalam membentuk tren dan menciptakan inspirasi, termasuk dalam dunia *fashion* yang mencerminkan gaya hidup dan budaya kita. Dalam konteks perkembangan *fashion*, Pinterest telah menjadi salah satu pendorong utama yang mengubah paradigma industri *fashion* secara mendasar (Mutiarani, 2022) *Platform* media sosial ini telah berhasil menciptakan lingkungan virtual yang didedikasikan untuk berbagi dan mengeksplorasi ide-ide *fashion* inovatif dan inspiratif. Dengan berbagai fitur menarik, Pinterest bukan sekadar *platform* biasa tetapi wadah bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan menjembatani kesenjangan antara konsumen dan dunia *fashion* global. Salah satu hal yang membedakan Pinterest adalah kemampuannya menggabungkan elemen visual dengan kata-kata (Simpson & Mazzeo, 2017). Pengguna dapat dengan mudah menemukan, menyimpan, dan berbagi gambar *fashion* yang menginspirasi. Ini menciptakan arsip visual yang kaya tentang gaya, warna, dan tren terbaru yang dapat menjadi sumber inspirasi tanpa akhir bagi pecinta *fashion*.

Mengikuti tren bagi remaja bukan hanya tentang mengejar gaya tetapi juga merupakan bentuk manifestasi diri yang memiliki dampak signifikan pada persepsi diri, keyakinan diri, harga diri, dan bahkan konsep diri mereka. Pada fase perkembangan fisik optimal saat remaja, penampilan menjadi hal yang sensitif, mendorong mereka untuk terus mengikuti tren *fashion* terbaru dan bahkan menjadi pelopor tren di lingkungan mereka. Menjadi dianggap modis tidak hanya meningkatkan rasa percaya diri remaja tetapi juga membawa kebahagiaan dan kegembiraan karena mereka menjadi panutan untuk tren terbaru. Pada akhirnya, remaja merasa lebih puas, bangga, dan berhasil ketika dianggap sebagai pengatur tren daripada hanya pengikut tren (Sumi, 2020).

Pinterest dalam tren *fashion* tidak terbatas pada pengguna individu. Banyak desainer, merek, dan toko *fashion* menggunakan *platform* ini untuk mempromosikan produk mereka. Mereka dapat mengunggah gambar koleksi terbaru mereka, memberikan informasi tentang proses desain, dan berinteraksi langsung dengan audiens. Menurut Pepin & Endresz (2015), Pinterest telah menjadi alat pemasaran yang ampuh untuk industri *fashion*, membantu merek menjangkau khalayak yang lebih luas dan memperkuat citra merek mereka. Dengan demikian, tidak bisa

dipungkiri bahwa Pinterest berperan sangat penting dalam membentuk, mempopulerkan, dan mendukung tren *fashion* di era digital ini.

Sebagai alat yang mendukung kreativitas dan kolaborasi, Pinterest bukan hanya *platform* untuk ide *fashion* unik tetapi juga pusat pengaruh yang memengaruhi cara kita memandang dan mengikuti tren *fashion* saat ini (Manyam, 2018). Banyaknya tren *fashion* yang muncul dari berbagai media juga mendorong remaja untuk tidak ketinggalan tentang gaya terbaru dalam *fashion*. Aktivitas tersebut membuat para remaja membentuk kebiasaan yang pada akhirnya akan menjadi hobi yang membuat mereka terus mengikuti arusnya, bahkan menimbulkan fenomena-fenomena baru seperti OOTD (*Outfit Of The Day*), Inspo, dan lainnya.

Menurut definisi WHO tahun 1971, remaja merupakan periode perkembangan yang meliputi masa pubertas, transisi biologis, dan awal masa dewasa, dengan rentang usia antara 10 hingga 24 tahun. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada peran remaja sebagai komunikator yang aktif dalam membentuk identitas sosial mereka. Alasan pemilihan remaja sebagai subjek penelitian adalah karena fase perkembangan mereka yang penuh sensitivitas dalam mencari identitas sosial dan mengeksplorasi diri. Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana remaja merespons dan memahami konsep identitas sosial, khususnya dalam konteks penggunaan Pinterest sebagai sumber inspirasi *fashion*. Dalam prosesnya, peneliti ingin menyoroti bahwa fase ini merupakan periode di mana remaja sangat aktif dalam mengikuti tren dan menggunakan gaya serta penampilan sebagai bagian dari identitas sosial mereka.

Penting untuk dicatat bahwa perbedaan usia antara remaja awal (10-14 tahun) dan remaja akhir (15-22 tahun) dapat memengaruhi cara mereka menafsirkan dan merespons konsep identitas sosial tersebut. Dalam konteks ini, peneliti memilih remaja akhir sebagai subjek penelitian karena rentang usia mereka yang lebih cenderung menghadapi eksposur yang lebih luas terhadap berbagai pengaruh dari lingkungan sosial, termasuk keluarga, teman sebaya, sekolah, media, agama, dan masyarakat secara umum. Konstruksi identitas juga dipahami sebagai persepsi atau kesadaran diri akan observasi dan penilaian orang lain (Astuti et al., 2018) yang turut memengaruhi bagaimana remaja merancang dan membangun identitas sosial mereka melalui interaksi dengan lingkungan sosial mereka.

Menurut hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di beberapa *coffeeshop* di JABODETABEK jumlahnya termasuk banyak dan sejauh ini berkembang cukup baik dan oleh karena itu juga perkembangan *fashion* dan identitas sosial juga ikut berkembang yang mana

individu remaja mengembangkan pemahaman mereka tentang siapa mereka dalam konteks sosial dan budaya.

Peneliti akan meneliti lebih dalam mengenai aspek-aspek psikologis dan sosial yang mendasari preferensi remaja terhadap Pinterest itu sendiri sebagai sumber referensi *fashion*. Selain itu, penelitian ini juga akan mengungkapkan bagaimana konsep identitas sosial remaja berkembang dan berubah seiring dengan eksposur mereka terhadap tren dan inspirasi di *platform* Pinterest. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif tentang fenomena tersebut. Pemahaman ini kemungkinan mencakup elemen-elemen terutama konstruksi identitas sosial, perilaku remaja, pengaruh media sosial, dan dinamika budaya yang mempengaruhi pemilihan remaja di JABODETABEK dalam menggunakan Pinterest sebagai sumber inspirasi *fashion*.

Seperti yang diketahui bahwa *fashion* berkaitan cukup erat dengan identitas diri seseorang dan inilah yang membuat mereka saling berkesinambungan. Konstruksi identitas adalah bentuk kesadaran atas diri sendiri diciptakan melalui penilaian terhadap konsep diri secara utuh. Pada dasarnya, konstruksi identitas adalah suatu gambaran terhadap perjuangan seseorang dalam masyarakat. Konstruksi identitas merupakan identitas sosial seseorang yang ikut membentuk konsep diri dan memungkinkan orang tersebut menempatkan diri pada posisi tertentu dalam hubungan-hubungan sosial (Allfriandi, 2017).

Dalam penelitian ini, komunikasi terjadi melalui interaksi remaja dengan konten visual yang mereka temui di *platform* Pinterest. Mereka dapat berkomunikasi dengan menyukai, menyimpan, dan membagikan konten, serta menciptakan konten baru sendiri. Melalui interaksi ini, mereka membentuk dan mengekspresikan identitas sosial mereka dalam konteks *fashion*. Oleh karena itu, konsep “konstruksi identitas sosial” mencakup dimensi komunikasi, terutama dalam bentuk visual, yang terjadi melalui penggunaan Pinterest oleh remaja di JABODETABEK. Fenomena tersebutlah yang membuat mengapa Pinterest menjadi salah satu sumber referensi *fashion* yang sangat berpengaruh bagi sebagian remaja di JABODETABEK, serta memahami bagaimana mereka merespons dan memahami konsep identitas sosial dalam konteks tersebut.

TELAAH PUSTAKA

Tren *fashion* merupakan aspek penting dalam kehidupan sosial dan budaya, terutama dalam konteks generasi muda atau generasi Z. Perubahan tren *fashion* tidak hanya mencerminkan

perubahan gaya berpakaian, tetapi juga menggambarkan evolusi identitas sosial dan budaya (Fandiya, 2022). Menyoroti pengaruh media *online* Pinterest dalam pembelajaran mahasiswa, menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial dalam menginspirasi dan memengaruhi pola pikir serta preferensi fashion. Hal ini sejalan dengan temuan Bachri, 2010 yang menekankan pentingnya triangulasi data dalam menjamin validitas penelitian kualitatif.

Generasi Z, atau yang dikenal sebagai remaja, menjadi salah satu kelompok yang paling terpengaruh oleh tren fashion. Nangtjik (2023) mengungkapkan tren *fashion* di kalangan generasi Z di Kota Denpasar, sementara Ramadhan (2019) membahas pengaruh perkembangan *fashion* di kalangan remaja secara lebih luas. Di sisi lain, Damayanti et al., (2022) menyoroti pengaruh media sosial TikTok terhadap gaya hidup berpakaian remaja, menunjukkan kompleksitas interaksi antara media sosial dan tren fashion.

Konstruksi identitas sosial juga menjadi fokus penelitian dalam konteks tren *fashion* dan media sosial. (Hendraningrum, 2008) membahas bagaimana *fashion* dan gaya hidup menjadi bagian integral dari identitas dan komunikasi sosial, sementara Muttaqin & Ekowarni (2017) membahas pembentukan identitas remaja di Yogyakarta. Pinterest, sebagai *platform* media sosial, turut memengaruhi konstruksi identitas sosial melalui inspirasi *fashion* yang disediakan (Edytia & Sahputra, 2021).

Pentingnya pemahaman akan peran media sosial dalam membentuk tren *fashion* tidak bisa diabaikan. Pepin & Endresz (2015) menyoroti pengaruh Facebook, Instagram, dan Pinterest terhadap citra tubuh dan persepsi diri, sementara Fajrin Triananda et al. (2021) meneliti peranan media sosial dalam gaya hidup remaja secara lebih luas.

Selain itu, faktor psikologis seperti kontrol diri dan hedonisme juga memengaruhi tren *fashion* remaja (Hersika et al., 2020). Implikasi globalisasi juga turut memengaruhi tren fashion, seperti yang diungkapkan oleh Immanuel & Pannindriya (2020) dalam konteks generasi Z di Bali. Penelitian terkini juga menyoroti kontribusi positif Pinterest dalam membentuk tren *fashion* dan identitas sosial remaja (Rumdana et al., 2023). Pinterest memberikan ruang kreatif bagi remaja untuk mengeksplorasi gaya pribadi mereka dan berinteraksi dengan komunitas *fashion* secara virtual (Edytia & Sahputra, 2021) Dengan demikian, literatur mengenai tren *fashion* dan identitas sosial remaja menyoroti kompleksitas interaksi antara media sosial, psikologi, dan budaya dalam membentuk pola pikir dan perilaku generasi Z dalam konteks *fashion*.

METODE PENELITIAN

Dalam menganalisis jenis penelitian kualitatif, peneliti memahami bahwa metode ini memungkinkan pemahaman konteks sosial dan psikologis yang melingkupi konstruksi identitas remaja. Dengan mengeksplorasi aspek yang terlihat dan tersembunyi dari identitas sosial, penelitian ini akan mencakup sejauh mana inspirasi *fashion* dari Pinterest memainkan peran kunci dalam membentuk bagaimana remaja melihat diri mereka dalam lingkungan sosial mereka. Pendekatan ini diharapkan dapat mengungkap dinamika kompleks yang mendasari proses identitas sosial remaja, menggali lebih dalam daripada sekadar penampilan fisik atau preferensi *fashion* mereka (Aminudin, 2022).

Selain itu, pemilihan Pinterest sebagai *platform* penelitian menjadi penting karena perannya yang signifikan dalam membentuk trend dan citra diri. Pinterest tidak hanya sebagai sumber inspirasi, tetapi juga sebagai wadah kreatif di mana remaja dapat secara aktif mengekspresikan diri mereka (Nangtjik, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk melihat lebih jauh bagaimana remaja di JABODETABEK mengkonstruksi identitas dirinya dalam *fashion* melalui *platform* media sosial Pinterest. Dengan demikian, penelitian kualitatif ini mewakili upaya untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan tentang konstruksi identitas sosial remaja dan peran Pinterest sebagai agen pengubah dalam proses tersebut.

Metode penelitian kualitatif menurut Sukmadinata (2019) adalah penelitian untuk mendiskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, kepercayaan, sikap, dan aktivitas sosial secara individual maupun kelompok. Metode kualitatif merupakan kumpulan metode untuk menganalisis dan memahami lebih dalam mengenai makna beberapa individu maupun kelompok dianggap sebagai masalah kemanusiaan atau masalah sosial (Creswell, 2015). Metode ini mengintegrasikan tiga pendekatan utama: wawancara mendalam, observasi, dan analisis konten. Wawancara mendalam dengan remaja di JABODETABEK dirancang untuk menggali lebih dalam pengalaman mereka dalam menggunakan Pinterest sebagai sumber inspirasi *Fashion*.

Proses ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara holistik pandangan, nilai-nilai, dan persepsi remaja terhadap identitas sosial yang terbentuk melalui interaksi dengan inspirasi *fashion* di *platform* tersebut. Observasi terhadap interaksi online remaja dan analisis konten papan inspirasi di Pinterest memberikan dimensi tambahan yang kaya dalam pemahaman terhadap dinamika hubungan antara remaja dan *platform* (Hersika et al., 2020).

Melalui observasi, peneliti dapat mengidentifikasi preferensi, dan respons remaja terhadap trend *Fashion* yang mereka temui di Pinterest. Analisis konten papan inspirasi akan membuka pemahaman tentang bagaimana remaja secara aktif mengelola dan mengkurasi identitas sosial mereka melalui gambar-gambar, ide-ide, dan inspirasi yang mereka pilih dan bagikan di *platform* tersebut. Pendekatan kualitatif yang dipilih dianggap sebagai metode yang paling relevan karena memberikan ruang untuk menangkap nuansa dan kompleksitas dari pengalaman subjektif remaja.

Tabel 1. Nama Informan Penelitian

No	Keterangan	Nama	Umur	Domisili	Jenis Kelamin
1.	Informan I	M. Naufal Hadafiz	22 Tahun	Jakarta	Laki-laki
2.	Informan II	Aurelia Syifa	21 Tahun	Jakarta	Perempuan
3.	Informan III	M. Fawwaz Wijaya	21 Tahun	Bogor	Laki-laki
4.	Informan IV	M. Syahrul R.	23 Tahun	Bogor	Laki-laki
5.	Informan V	Nadira Refiana	21 Tahun	Depok	Perempuan
6.	Informan VI	Kenny Bianco K.	21 Tahun	Depok	Laki-laki
7.	Informan VII	Rifqi Zharfan Khair	21 Tahun	Tangerang	Laki-laki
8.	Informan VIII	Dinda Tri Nur Tiara	24 Tahun	Tangerang	Perempuan
9.	Informan IX	Nurul Fadilah	22 Tahun	Bekasi	Perempuan
10.	Informan X	Pringgodany Langit	22 Tahun	Bekasi	Laki-laki

Subjek penelitian ini adalah remaja di JABODETABEK yang secara aktif menggunakan Pinterest. Pemilihan informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan teknik ini karena informan yang akan diambil ialah informan yang mewakili setiap daerahnya dan tentunya juga memahami *platform* Pinterest yang akan menjadi masalah yang akan diteliti oleh peneliti dengan tujuan mengetahui bagaimana Pinterest menjadi salah satu sumber referensi *Fashion* yang berdampak bagi sebagian remaja di JABODETABEK.

Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah konstruksi identitas sosial mereka, mencakup preferensi *fashion* dan interaksi dengan trend yang tercermin dalam aktivitas mereka di *platform* Pinterest. Adapun kriteria informan yang sudah peneliti tentukan yaitu:

1. Memiliki akun Pinterest aktif (jika mencari referensi *fashion* dalam Pinterest akan lebih baik).
2. Mengetahui cara berpakaian atau bahkan lumayan up to date dengan trend *fashion* terkini.
3. Informan berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi
4. Informan dalam penelitian ini terdiri dari para remaja mulai dari umur 17-24 tahun.

Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang terstruktur dengan remaja, memungkinkan mereka untuk berbicara secara terbuka tentang pengalaman mereka. Observasi terhadap interaksi online mereka di Pinterest dan analisis konten papan inspirasi akan memberikan gambaran visual dan kontekstual. Kombinasi teknik ini diharapkan dapat memberikan data yang komprehensif dan apabila ingin memperdalam bisa menggunakan teknik lain seperti observasi dan dokumentasi.

Wawancara digunakan untuk menggali data lewat proses tanya jawab sehingga dapat dikumpulkan beberapa informasi yang berkaitan dengan pengalaman, pengetahuan, perasaan, komentar serta aksi narasumber berdasarkan penuturannya. Data tersebut digunakan sebagai bahan analisis untuk mencari gambaran tentang konstruksi identitas sosial, *fashion*, dan pandangan mereka terhadap Pinterest itu sendiri.

Observasi merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Observasi dalam penelitian ini, dengan mengamati perilaku remaja JABODETABEK dalam berpakaian sebagai konstruksi identitas sosial itu sendiri.

Informasi juga bisa diperoleh melalui fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Dokumen yang akan digunakan peneliti adalah foto wawancara yang dilakukan dan peneliti akan meminta screenshot untuk *home/explore* yang ada di halaman depan Pinterest mereka.

Analisis data akan menerapkan reduksi data (*data reduction*), yaitu proses pengurangan data yang tidak perlu untuk meningkatkan pemahaman tentang subjek penelitian. Analisisnya bersifat naratif kualitatif, mencari kesamaan dan perbedaan informasi. Reduksi data akan terus berjalan sepanjang berlangsungnya penghimpunan data. Melalui penciptaan ringkasan, mengkode, dan menelusuri tema, akan dibentuk catatan untuk mencapai kesimpulan akhir.

Keabsahan data akan dipertahankan melalui triangulasi data, yakni pendekatan yang dilakukan saat mengumpulkan dan menganalisis data dengan membandingkan pada pendekatan yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil observasi di lapangan.

Penelitian ini akan dilaksanakan di JABODETABEK, memilih remaja sebagai subjek penelitian untuk mencapai pemahaman yang kontekstual dan relevan. Waktu penelitian akan mencakup periode tertentu yang memungkinkan peneliti untuk melacak perkembangan dan dinamika inspirasi *fashion* di Pinterest dalam konteks perkembangan konstruksi identitas sosial remaja di JABODETABEK.

4. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

a. Pinterest Menjadi Tempat Berpikir Kreatif

Informan menyatakan bahwa Pinterest merupakan *platform* yang sangat membantu dalam merangsang kreativitas. M. Naufal Hadafiz dan Fawwaz Wijaya, misalnya, menggunakan Pinterest untuk mencari referensi pose dan gaya dalam fotografi dan desain video, yang membantu mereka dalam pekerjaan kreatif sehari-hari.

“Kalau gue biasanya Pinterest buat gue tuh tempat buat cari referensi dari foto, kadang juga video gitu” (Dafiz, 14 Mei 2024)

Mereka menemukan bahwa keberagaman visual di Pinterest memungkinkan mereka untuk menjelajahi berbagai gaya dan teknik yang dapat diterapkan dalam proyek mereka.

“Mungkin gue buka fashion inspo bukan buat diri gue, tapi kayak buat kalau gue fotoin model gitu atau gue fotoin orang, jadi kayak buat inspo, buat pose-nya gitu-gitu” (Dafiz, 14 Mei 2024)

Dafiz merasa bahwa dalam Pinterest dia bisa menemukan beragam referensi-referensi, bukan untuknya tetapi memberikan ide atau referensi foto, referensi pose-pose untuk model yang sedang dia foto.

b. Wadah Eksplorasi Identitas Diri

Pinterest digunakan oleh para informan untuk mengekspresikan dan mengeksplorasi identitas diri mereka. Aurelia Syifa dan Syahrul Ramadhan, misalnya, menggunakan Pinterest untuk mencari inspirasi *fashion* yang membantu mereka dalam menentukan gaya pribadi yang unik dan sesuai dengan tren terkini. Mereka memanfaatkan berbagai *board* yang berfokus pada *fashion*, mulai dari *street style* hingga *hype culture*, untuk mengeksplorasi dan menemukan elemen yang resonan dengan kepribadian mereka.

“Tempat buat nyari inspirasi? Contohnya, gue kan suka fashion nih, kadang kan kalau lagi ada mau dress code nih, dress code-nya tuh warna ini, terus gue kayak, gue punya baju apa ya, terus gue nyari dulu tuh inspirasinya, oh gue punya ini nih yang kayak di Pinterest, intinya jadi bahan inspirasi buat gue nyari outfit Karena gue suka tentang per fashion-an” (Syifa, 14 Mei 2024).

Syifa menggunakan Pinterest sebagai sumber inspirasi outfit *fashion*, karena Syifa pribadi yang suka tentang hal yang berbau *fashion*, dan Pinterest menjadi *platform* inspirasi yang paling bagus dan paling efektif bagi Syifa.

“Menurut gue, Pinterest itu Udah gue anggap jadi kiblat fashion gue, jadi semua fashion gue kaya baju-baju, celana, gue pasti ngambil dari Pinterest sebagian” (Syahrul, 18 Mei 2024)

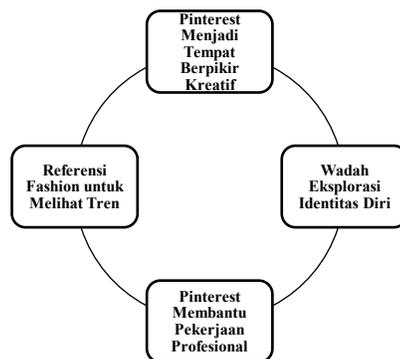
Hal ini memungkinkan mereka untuk membangun dan mempresentasikan identitas diri yang kuat dan otentik di dunia nyata maupun di media sosial. Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk dan mengekspresikan identitas diri remaja.

c. Referensi *Fashion* untuk Melihat Tren

Aurelia Syifa dan Kenny Kotambunan menggunakan Pinterest sebagai sumber utama untuk mencari inspirasi *fashion* dan mengikuti tren terbaru. Pinterest dianggap lebih up-to-date dan relevan dibandingkan *platform* lain seperti Google atau Instagram, sehingga sangat membantu dalam merencanakan *outfit* sehari-hari maupun untuk keperluan konten media sosial.

“Dunia fashion atau dunia desain-desain tuh, emang perubahannya cepet banget gitu. Nah yang paling update, yang kayak tadi gue bilang, yang paling update adalah Pinterest dan kadang-kadang kita juga buntu, terus harus kayak bingung gimana ya mau bikin apa lagi, misalnya desain gitu, yaudah, Pinterest adalah jawabannya, semacam ngebuka referensi gitu loh” (Aurelia Syifa, 14 Mei 2024).

Mereka menemukan bahwa algoritma Pinterest yang menyesuaikan konten berdasarkan preferensi pengguna sangat efektif dalam menyajikan tren *fashion* yang sedang berkembang. Selain itu, fitur pencarian visual memungkinkan mereka untuk menemukan item *fashion* serupa berdasarkan gambar yang mereka sukai, mempercepat proses pencarian dan pembelian produk.



Bagan 1. Hasil Penelitian

“Dari segi fashion-nya, ya karena yang kayak gue bilang tadi, sangat up to date pake Pinterest tuh, jadi di situ tuh diverse, jadi semua macam insight, semua macam ide-ide,

semua macam contoh-contoh inspirasi itu ada di situ, jadi, bisa dibilang sangat memenuhi rasa fashion Gen Z di gue” (Kenny Kotambunan, 14 Mei 2024)

Media sosial memainkan peran krusial dalam menentukan tren *fashion*, terutama di kalangan Generasi Z (Gen Z).

d. Pinterest Membantu Pekerjaan Profesional

Bagi Nadira Refiana dan Nurul Fadilah, Pinterest adalah alat yang sangat berguna untuk pekerjaan profesional mereka.

“Karena gue emang harus ada inspiration buat konten gue atau kayak misalnya gue mau edit atau desain gitu, kayak edit foto, itu biasanya nyonteknya di Pinterest” (Nadira Refiana, 10 Mei 2024)

Nadira menggunakan Pinterest untuk mencari inspirasi desain, sedangkan Dila memanfaatkannya untuk mencari ide storyboard dan set up art dalam produksi. Nadira menemukan bahwa Pinterest menyediakan akses cepat ke berbagai gaya desain grafis dan ilustrasi yang dapat diterapkan dalam proyek klien.

“Nyari ide, misalnya nih gue ada syutingan dan konsep artnya mau kayak gimana, gue biasanya kalau nggak ada ide, gue nyari ke Pinterest” (Nurul Fadilah, 15 Mei 2024)

Dila menggunakan board yang dipersonalisasi untuk mengumpulkan ide-ide visual yang mendukung alur cerita dan setting produksi yang kompleks. Pinterest juga membantu mereka berkolaborasi dengan tim, karena ide-ide yang disimpan di board bisa dengan mudah dibagikan dan dikomentari oleh anggota tim lainnya.

Jadi hasil ini bisa disimpulkan, bahwa penelitian ini mengungkapkan bahwa Pinterest berperan signifikan dalam merangsang kreativitas dan membantu eksplorasi identitas diri penggunanya. Informan seperti M. Naufal Hadafiz dan Fawwaz Wijaya memanfaatkan Pinterest untuk mencari referensi dalam fotografi dan desain video, yang mendukung pekerjaan kreatif mereka. Pinterest menawarkan diversifikasi informasi, kolaborasi, dan inspirasi visual yang kaya, memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengorganisir referensi dengan mudah. Selain itu, pengguna seperti Aurelia Syifa dan Syahrul Ramadhan memanfaatkan Pinterest untuk mengeksplorasi dan menentukan gaya *fashion* pribadi mereka, yang membantu mereka membangun identitas diri yang otentik.

Pinterest juga berfungsi sebagai sumber utama inspirasi *fashion* dan tren terbaru bagi pengguna seperti Aurelia Syifa dan Kenny Kotambunan, berkat algoritma yang menyesuaikan konten berdasarkan preferensi pengguna. Bagi para profesional seperti Nadira Refiana dan Nurul Fadilah, Pinterest adalah alat yang sangat berguna untuk mencari inspirasi desain, *storyboard*, dan *set up art* dalam produksi. Pinterest tidak hanya menawarkan inspirasi kreatif dan referensi tren, tetapi juga mendukung pengelolaan proyek, bisnis, dan branding melalui alat analitik yang membantu memahami kinerja konten. Secara keseluruhan, Pinterest terbukti menjadi *platform* yang efektif untuk merangsang kreativitas, mendukung eksplorasi identitas diri, dan membantu dalam berbagai pekerjaan profesional.

PEMBAHASAN

1. Pinterest Dapat Membantu Berpikir Kreatif

Pinterest terbukti menjadi *platform* yang efektif dalam merangsang kreativitas pengguna. Informan yang bekerja di bidang kreatif, seperti fotografer dan desainer, merasakan manfaat yang signifikan dari Pinterest dalam menemukan ide-ide baru yang dapat diterapkan dalam pekerjaan mereka.

Dari 10 Informan yang ada, semua setuju bahwasannya Pinterest dapat membantu berpikir kreatif, bukan hanya itu dalam pendidikan media sosial bisa menjadi tempat yang luas untuk mengeksplor dan mencari referensi pembelajaran unik. Menurut Rahmah Wardani et al., (2021) konsep pembelajaran yang dilakukan melalui media sosial bisa menjadi pemecah masalah, dan bahkan meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dan sistematis.

Menurut Chris Barker (2004), konstruksi identitas sosial, merupakan bangunan atas identitas diri yang memperlihatkan siapa dan bagaimana diri kita sebenarnya, tentang kesamaan yang ada pada diri kita dengan sejumlah orang, serta perbedaan yang membedakan diri kita dengan orang lain. Teori konstruksi identitas sosial relevan dalam konteks ini, karena identitas sosial seseorang dibentuk oleh kelompok-kelompok sosial yang mereka ikuti dan interaksi sosial yang mereka lakukan. Pinterest menyediakan ruang bagi pengguna untuk bergabung dengan komunitas kreatif, berbagi ide, dan mengidentifikasi diri dengan kelompok-kelompok yang memiliki minat serupa.

Teori konstruksi identitas sosial menekankan bahwa identitas individu dibangun melalui interaksi sosial dan penyerapan elemen budaya dari lingkungan mereka. Pinterest, sebagai *platform*

visual, menyediakan ruang bagi pengguna untuk mengeksplorasi dan menyusun identitas mereka dengan cara yang interaktif dan dinamis. Dinda dan Pringgodany menggunakan *board* mereka untuk mengkurasi gambar-gambar yang menggambarkan aspirasi dan nilai-nilai pribadi mereka, menciptakan sebuah narasi visual yang memperkuat identitas sosial mereka dalam komunitas mereka.

2. Pinterest Menjadi Tempat untuk Mengetahui Identitas Diri

Penggunaan Pinterest dalam membantu pengguna mengeksplorasi dan mengekspresikan identitas diri juga menjadi temuan penting dalam penelitian ini. *Platform* ini menyediakan berbagai referensi yang memudahkan pengguna untuk menemukan dan menyesuaikan gaya pribadi mereka, serta meningkatkan rasa percaya diri dalam mengekspresikan diri.

Dari 10 jawaban informan di atas 9 orang mengatakan bahwa Pinterest bisa menjadi *platform* yang memiliki daya tarik, untuk membuat orang mengeksplor diri mereka dan mengetahui identitas diri mereka, dan menurut M. Putri et al., (2023) media sosial memiliki pengaruh terhadap identitas diri di usia remaja. Bagi remaja media sosial merupakan salah satu alat yang bisa membantu penemuan identitas diri.

Menurut Chris Barker (2004), konstruksi identitas sosial merupakan proses di mana identitas diri dibentuk melalui interaksi sosial dan penyerapan elemen budaya dari lingkungan mereka. Teori ini relevan dalam konteks penggunaan Pinterest karena *platform* ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan berbagai konten visual dan komunitas yang berbeda, yang pada gilirannya membantu dalam pembentukan identitas sosial mereka.

Pinterest menyediakan ruang bagi pengguna untuk bergabung dengan komunitas kreatif, berbagi ide, dan mengidentifikasi diri dengan kelompok-kelompok yang memiliki minat serupa. Dalam hal ini, Pinterest membantu pengguna untuk tidak hanya mengeksplorasi berbagai referensi *fashion* tetapi juga untuk menyesuaikan gaya pribadi mereka sesuai dengan tren terkini. Melalui proses ini, pengguna dapat mengembangkan dan menyatakan identitas sosial mereka dengan lebih percaya diri.

Sebagai contoh, Aurelia Syifa dan Syahrul Ramadhan memanfaatkan Pinterest untuk mengeksplorasi gaya *fashion* yang resonan dengan kepribadian mereka. Dengan menggunakan berbagai *board* dan konten yang tersedia, mereka mampu mengekspresikan identitas diri mereka dan memperkuat rasa percaya diri dalam mengekspresikan gaya pribadi mereka.

3. Pinterest sebagai Sumber Inspirasi *Fashion*

Dari penelitian ini, ditemukan bahwa Pinterest berfungsi sebagai sumber inspirasi utama dalam bidang *fashion* bagi sebagian besar informan. Dengan konten yang selalu diperbarui dan relevan, Pinterest membantu pengguna untuk selalu mengikuti tren terbaru dan menyesuaikan gaya mereka sesuai dengan preferensi pribadi.

Dari 10 informan yang ada, 7 diantaranya setuju bahwasannya Pinterest bisa menjadi sumber inspirasi *fashion*, seperti yang disebutkan juga oleh Mutiarani, (2020) media sosial Pinterest berpengaruh terhadap kreativitas mendesain busana pesta siswa kelas XI Lazza 10 SMK Syubbanul Wathon.

Menurut Chris Barker (2004), konstruksi identitas sosial merupakan bangunan atas identitas diri yang memperlihatkan siapa dan bagaimana diri kita sebenarnya, tentang kesamaan yang ada pada diri kita dengan sejumlah orang, serta perbedaan yang membedakan diri kita dengan orang lain. Teori konstruksi identitas sosial relevan dalam konteks ini karena identitas sosial seseorang dibentuk oleh kelompok-kelompok sosial yang mereka ikuti dan interaksi sosial yang mereka lakukan. Pinterest menyediakan ruang bagi pengguna untuk bergabung dengan komunitas kreatif, berbagi ide, dan mengidentifikasi diri dengan kelompok-kelompok yang memiliki minat serupa.

Dalam konteks *fashion*, teori konstruksi identitas sosial menekankan bahwa identitas individu dibangun melalui interaksi sosial dan penyerapan elemen budaya dari lingkungan mereka. Pinterest, sebagai *platform* visual, menyediakan ruang bagi pengguna untuk mengeksplorasi dan menyusun identitas mereka dengan cara yang interaktif dan dinamis.

Hal ini terlihat dari bagaimana pengguna, seperti Aurelia Syifa dan Kenny Kotambunan, memanfaatkan Pinterest tidak hanya untuk mencari inspirasi tetapi juga untuk membentuk identitas *fashion* mereka. Melalui konten yang selalu diperbarui dan komunitas yang beragam, Pinterest membantu pengguna mengembangkan dan menyatakan identitas sosial mereka dalam bidang *fashion*, menjadikannya lebih dari sekadar *platform* untuk mencari ide, tetapi juga sebagai alat untuk penegasan diri dan ekspresi identitas sosial.

4. Pinterest Membantu Pekerjaan Profesional

Dari penelitian ini ditemukan bahwasannya Pinterest dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam konteks profesional. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh

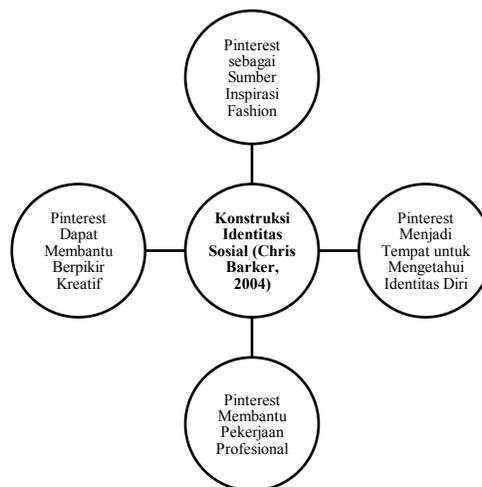
peneliti, terlihat perbedaan signifikan dalam penggunaan Pinterest untuk keperluan profesional dibandingkan dengan penggunaan pribadi. Penggunaan untuk keperluan profesional lebih terfokus dan terstruktur, mendukung berbagai proyek dan kebutuhan profesional, sementara penggunaan pribadi lebih eksploratif dan mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari.

Informan yang bekerja di bidang kreatif menunjukkan bahwa Pinterest adalah alat yang sangat berguna untuk mendukung pekerjaan mereka. Misalnya, Nadira Refiana menggunakan Pinterest untuk mencari inspirasi desain grafis dan ilustrasi yang diterapkan dalam proyek kliennya.

Sementara itu, Nurul Fadilah memanfaatkan Pinterest untuk mencari ide storyboard dan set up art dalam produksi, terutama ketika membutuhkan ide visual yang kompleks. Pinterest juga memudahkan kolaborasi tim karena ide-ide yang disimpan di board bisa dengan mudah dibagikan dan dikomentari oleh anggota tim lainnya. Hal ini menunjukkan bagaimana Pinterest bisa berperan dalam meningkatkan efisiensi kerja dan kreativitas tim.

Dinda, yang bekerja sebagai *copywriter*, menggunakan Pinterest untuk mencari referensi foto yang diperlukan dalam pembuatan deck presentasi. Rifqi juga menggunakan Pinterest sebagai sumber referensi untuk desain layout dan mendapatkan ide-ide baru. Pinterest memungkinkan para profesional untuk mengakses berbagai contoh dan ide yang relevan dengan pekerjaan mereka, sehingga dapat membantu mereka dalam merancang dan menyelesaikan proyek dengan lebih efektif.

5. Teori Konstruksi Identitas Sosial dalam Pinterest



Bagan 2. Konstruksi Identitas Sosial *Fashion* Remaja Melalui Pinterest

Informan seperti Dinda Tri Nur Tiara dan Pringgodany Langit menunjukkan bahwa Pinterest berperan dalam konstruksi identitas sosial mereka. Dengan menggunakan Pinterest, mereka dapat menemukan referensi yang membantu dalam membentuk dan mengekspresikan identitas mereka melalui pilihan *fashion* dan desain yang mencerminkan kepribadian dan minat mereka.

Sebagai contoh, Dinda mengidentifikasi dirinya dengan gaya *vintage* dan *Japanese style*, menggunakan Pinterest untuk menemukan inspirasi yang sesuai dengan preferensinya. Sementara itu, Pringgodany mengapresiasi fleksibilitas dalam gaya yang bisa ia eksplorasi melalui berbagai referensi di Pinterest, yang menciptakan identitas yang lebih luas dan dinamis.

Menurut Chris Barker (2004), konstruksi identitas sosial merupakan proses di mana identitas diri dibentuk melalui interaksi sosial dan penyerapan elemen budaya dari lingkungan mereka. Teori ini relevan dalam konteks penggunaan Pinterest karena *platform* ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan berbagai konten visual dan komunitas yang berbeda, yang pada gilirannya membantu dalam pembentukan identitas sosial mereka.

Dinda dan Pringgodany menggunakan *board* mereka untuk mengkurasi gambar-gambar yang menggambarkan aspirasi dan nilai-nilai pribadi mereka, menciptakan sebuah narasi visual yang memperkuat identitas sosial mereka dalam komunitas mereka. Proses ini tidak hanya merangsang kreativitas tetapi juga memperkuat identitas sosial mereka sebagai individu yang kreatif dan inovatif.

Teori konstruksi identitas sosial menekankan bahwa identitas individu dibangun melalui interaksi sosial dan penyerapan elemen budaya dari lingkungan mereka. Pinterest, sebagai *platform* visual, menyediakan ruang bagi pengguna untuk mengeksplorasi dan menyusun identitas mereka dengan cara yang interaktif dan dinamis. Identitas virtual yang dibangun di Pinterest bisa sama atau berbeda dengan realita.

Beberapa pengguna menampilkan impian dan aspirasi yang sesuai dengan realita, sementara yang lain mungkin memiliki perbedaan antara impian dan kenyataan. Dengan demikian, Pinterest bukan hanya tempat untuk menemukan inspirasi visual, tetapi juga wadah di mana pengguna dapat membangun dan mengekspresikan identitas virtual mereka sesuai dengan teori konstruksi identitas sosial yang diungkapkan oleh Barker.

KESIMPULAN

Informan merasakan bahwa Pinterest menyediakan konten yang lebih *up-to-date* dan relevan, terutama dalam hal *fashion* dan desain. *Platform* ini dianggap sebagai sumber inspirasi yang lebih cepat dan terkini dibandingkan dengan media sosial lainnya. Pinterest berperan penting dalam meningkatkan kreativitas pengguna, membantu mengatasi kebuntuan ide, dan menyediakan berbagai referensi visual yang mendukung pekerjaan kreatif mereka. Informan merasa bahwa Pinterest memfasilitasi proses berpikir kreatif dan memberikan solusi visual yang konkret.

Selain mempengaruhi pekerjaan profesional para informan, Pinterest juga berdampak pada gaya hidup dan *fashion* pribadi mereka. Banyak informan yang menerapkan ide-ide *fashion* yang ditemukan di Pinterest dalam keseharian mereka, menunjukkan dampak nyata dari *platform* ini terhadap preferensi gaya dan penampilan. Kesimpulannya, Pinterest memiliki peran signifikan dalam kehidupan kreatif dan sosial para pengguna, membantu mereka dalam berbagai aspek mulai dari inspirasi *fashion* hingga eksplorasi identitas diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Allfriandi. (2017). *KONSTRUKSI IDENTITAS BUDAYA DALAM DIRI ANAK KETURUNAN MINANGKABAU DI TANAH JAWA (Studi Deskriptif Kualitatif Konstruksi Identitas Budaya dalam Diri Anak Keturunan Minangkabau di Purwodadi)*.
- Aminudin, A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Online Shop. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 726–731. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.810>
- Anggun Mutiarani, W. (2020). *PENGARUH APLIKASI MEDIA SOSIAL PINTEREST TERHADAP KREATIVITAS MENDESAIN BUSANA PESTA WANITA SISWA SMK SYUBBANUL WATHON*.
- Arifin, D. R. (2023). *Pengertian Pinterest – Definisi, Sejarah, Fitur, Kelebihan*. <https://Dianisa.Com/Pengertian-Pinterest/>.
- Astiti, P., Suminar, J. R., & Rahmat, A. (2018). Konstruksi Identitas Guru Bimbingan Konseling sebagai Komunikator Pendidikan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.7738>
- Bachri. (2010). *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. <https://Garuda.Kemdikbud.Go.Id/Documents/Detail/139619>.
- Chairul, F. (2021). *Desain Simple dan Casual Jadi Tren Fashion Generasi Z*. <https://Www.Beritasatu.Com/Gaya-Hidup/867871/Desain-Simple-Dan-Casual-Jadi-Tren-Fashion-Generasi-z>.
- Creswell, J. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. PustakaBelajar.
- Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(2), 217–221. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i2.329>

- Edytia, M. H. A., & Sahputra, Z. (2021). PINTEREST SEBAGAI MEDIA REFERENSI VISUAL PADA MATAKULIAH PERANCANGAN ARSITEKTUR. *Arsitekno*, 8(1), 26. <https://doi.org/10.29103/arj.v8i1.3792>
- Fandiya, RA., M. Suryadi., A. J. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Online Pinterest Terhadap Pembelajaran Mahasiswa. *FINDER*, 2(1).
- Hendraningrum, R., S. M. E. (2008). FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Hersika, E. I., Nastasia, K., & Kurniawan, H. (2020). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Kafe. *Psyche 165 Journal*, 1–9. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v13i1.11>
- Lestari, S. (2020). Analisis Konstruksi Fashion Involvement Remaja pada Masa Pandemi COVID-19. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*, 11(2), 128–145. <https://doi.org/10.21107/personifikasi.v11i2.9101>
- Manyam, S., A. M. Swarnalatha., A. P. (2018). IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON CURRENT FASHION TRENDS AMONG YOUTH. *TransStellar*, 8(3).
- McKinsey & Company. (2021). *The State of Fashion 2021*.
- Mutiarani, WA., T. (2022). PENGARUH APLIKASI MEDIA SOSIAL PINTEREST TERHADAP KREATIVITAS MENDESAIN BUSANA PESTA WANITA SISWA SMK SYUBBANUL WATHON. *Jurnal Fesyen*, 11(3).
- Muttaqin, D., & Ekowarni, E. (2017). Pembentukan Identitas Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 43(3), 231. <https://doi.org/10.22146/jpsi.12338>
- Nangtjik, BA., K. A. A. Ngr. A., N. M. W. (2023). TREN FASHION PADA KALANGAN GENERASI-Z DI KOTA DENPASAR. *Jurnal SociaLogica*, 3(4).
- Pepin, G., & Endresz, N. (2015). Facebook, Instagram, Pinterest and co.: body image and social media. *Journal of Eating Disorders*, 3(S1), O22. <https://doi.org/10.1186/2050-2974-3-S1-O22>
- Putri, M., Fitri, W., & Novra Elvina, S. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Identitas Diri Remaja*. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Rahmah Wardani, N., Nuraida dan Tutut Widiastuti A Pendidikan Matematika, I. T., Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, F., Nasution No, J. A., kunci, K., Kreatif, B., Masalah, P., & Masalah, P. (2021). Meningkatkan kemampuan berpikir kreatif melalui penerapan model pembelajaran JUCAMA. *Jurnal Analisa*, 7(1), 87–98. <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/analisa/index>
- Rumdana, A., Nurul, S., & Fitriyah, N. (2023). Tren Citayam Fashion Week dan Harajuku Street sebagai identitas sosial remaja. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 204. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.47065>
- Saravan, D. (2015). *Fashion Trends And Their Impact On The Society FASHION TRENDS AND ITS IMPACT ON SOCIETY*. <https://www.researchgate.net/publication/282571020>.
- Simpson, C. C., & Mazzeo, S. E. (2017). Skinny Is Not Enough: A Content Analysis of Fitspiration on Pinterest. *Health Communication*, 32(5), 560–567. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1140273>
- Sukmadinata. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. RemajaRosdarkarya.
- Sumi. (2020). *PERILAKU PENEMUAN INFORMASI TENTANG FASHION DI KALANGAN REMAJA PUTRI SURABAYA*. ”.