

PENGARUH TERPAAN KONTEN *FASHION TIKTOK* @leinnns TERHADAP *FASHION KOREAN STYLE* PADA FOLLOWERS DI AKUN TIKTOK @leinnns

¹Metdiyah Ratna Syafitri, ²Edy Sudaryanto ³Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

metdiyahratna@gmail.com

Abstract

In the digital era, social media platforms like TikTok play a significant role in shaping lifestyle preferences, including fashion trends. This study examines the impact of TikTok content from the account @leinnns on followers' adoption of Korean-style fashion. Using a quantitative approach and simple linear regression analysis, the study finds that 83.1% of the preference for Korean-style fashion is explained by exposure to TikTok content. Key influencing factors include the frequency, duration, and level of attention to the content. The results indicate that TikTok content functions not only as entertainment but also as an effective promotional tool for shaping global trends. Korean-style fashion attracts young audiences with modern, flexible designs and minimalist aesthetics. These findings highlight the role of social media in spreading global fashion trends and provide insights into visual content-based promotional strategies.

Keywords: Social media, TikTok, Korean-style fashion, visual content, youth, global trends, promotion, lifestyle preferences

Abstrak

Di era digital, media sosial seperti TikTok memainkan peran penting dalam membentuk preferensi gaya hidup, termasuk tren *fashion*. Penelitian ini mengkaji pengaruh terpaan konten TikTok akun @leinnns terhadap adopsi fashion Korean style di kalangan pengikutnya. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linear sederhana, penelitian ini menemukan bahwa 83,1% preferensi terhadap *fashion Korean style* dijelaskan oleh terpaan konten TikTok. Faktor utama yang memengaruhi adalah frekuensi, durasi, dan tingkat perhatian terhadap konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat promosi efektif untuk membentuk tren global. *Fashion Korean style* menarik perhatian generasi muda dengan desain modern, fleksibel, dan estetika minimalis. Temuan ini menyoroti peran media sosial dalam menyebarkan tren *fashion* global dan memberikan wawasan tentang strategi promosi berbasis konten visual.

Kata kunci: Media sosial, TikTok, *fashion Korean style*, konten visual, generasi muda, tren global, promosi, preferensi gaya hidup

Pendahuluan

Di era digital yang semakin berkembang saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat terutama pada *followers* TikTok. TikTok merupakan platform media sosial yang populer, tidak hanya digunakan untuk berbagi video pendek dan konten hiburan, tetapi juga menjadi sumber inspirasi dan informasi bagi banyak orang terutama dalam hal *fashion*. Selain itu, TikTok juga sangat populer di kalangan *followers* karena TikTok mampu merekomendasikan tren *fashion* terbaru dengan cara yang inovatif dan menarik.

Terdapat banyak akun selebgram pada *platform* TikTok yang menjadi *role model* terkait *mix and match fashion* salah satunya yaitu @leinnns yang merupakan selebgram populer di TikTok dengan *followers* sebesar 522,5 ribu. TikTok @leinnns dikenal karena konten *fashion ala korea* yang inovatif dan menarik, sehingga menjadi inspirasi bagi banyak pengikutnya. Lebih jauh lagi, alasan mengapa @leinnns memiliki banyak pengikut yakni dikarenakan ia sering membuat dan mengunggah konten tentang tren *fashion korean style*, seperti meniru *fashion* dari idol KPOP (*Korean Pop*).

Dalam beberapa tahun terakhir tren *fashion korean style* telah menjadi tren di seluruh dunia, dipicu oleh berbagai faktor yang membuatnya menarik bagi banyak orang di seluruh dunia termasuk pada *followers* TikTok @leinnns. Adapun penyebab mereka terpengaruh gaya busana *Korea* adalah karena mereka aktif di media sosial TikTok sehingga sering kali terpapar konten video *fashion korean style* melalui selebgram TikTok dan mereka juga sering menonton drama Korea dan musik K-Pop yang mengakibatkan mereka terinspirasi oleh *fashion korean style* idola mereka. Ada beberapa faktor lain mengapa konten *fashion korean style* diminati karena *fashion korean style* dikenal dengan desain yang *casual* namun tetap *stylish*, desain yang menarik dan praktis, unik dan kreatif. Selain itu, gaya busana *Korea* juga sering dikenal dengan *oversized clothing*, mudah untuk dipadupadankan dan penggunaan warna-warna yang cerah, sehingga membuat para *followers* TikTok @leinnns merasa lebih percaya diri untuk mencoba berbagai kombinasi pakaian. Selain itu, tren tersebut mampu menggabungkan unsur tradisional dengan modern.

Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh terpaan konten *fashion* TikTok @leinnns terhadap *fashion korean style* pada followers di akun TikTok @leinnns. TikTok sebagai *platform* media sosial yang berkembang pesat telah menjadi sumber inspirasi *fashion* bagi generasi muda, terutama pada *followers* TikTok @leinnns. TikTok tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga berfungsi sebagai media untuk mempengaruhi tren *fashion*. Penelitian pengaruh terpaan konten *fashion* TikTok @leinnns dibuktikan dengan menggunakan teori *uses and effect*, karena dengan menggunakan teori tersebut kita dapat melihat efek media memiliki pengaruh yang signifikan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa dengan efek yang ditimbulkan pada pengguna media massa tersebut. Hipotesa peneliti, konten *fashion* TikTok dianggap sebagai efek media yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi *fashion korean style* pada *followers* TikTok. Menurut Hayunisa, S. F (2024) TikTok menarik khalayak dengan berbagai kontennya, terutama yang berkaitan dengan *fashion* hingga menjadi media tempat mereka mencari inspirasi dengan berbagai jenis budaya *fashion* modern yang informasinya mudah diakses melalui media. Dalam beberapa tahun terakhir, *fashion korean style* telah menjadi tren global, terutama karena sifat visual dan interaktif dari konten di TikTok. Hal ini mendorong *followers* TikTok untuk lebih tertarik dan mengikuti gaya tersebut. Preferensi dan perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh konten seperti video atau postingan *fashion*, dengan penggunaan tagar populer seperti #OOTD (*Outfit of the Day*) dan #FashionKoreanStyle yang semakin meningkatkan minat dan kesadaran terhadap tren *fashion korean style*. Penelitian ini akan memperluas temuan dengan memfokuskan pada konten *fashion korean style*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Data akan dikumpulkan melalui kuisioner yang dibagikan kepada followers TikTok @leinnns.

Selain pengaruh yang dilihat, penelitian ini juga mengidentifikasi adanya tren baru dalam *fashion Korean style* yang terbentuk berkat popularitas TikTok. Hal ini penting karena *followers* TikTok @leinnns sering menjadi pengguna aktif media sosial. Meningkatnya popularitas gaya ini, penelitian ini juga ingin mempengaruhi bagaimana konten *fashion* di TikTok serta perilaku konsumsi *followers* terkait *fashion*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga datanya berupa angka-angka *numeric*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel penelitian dengan menggunakan metode statistik. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, dianggap sebagai metode ilmiah karena memenuhi prinsip-prinsip ilmiah secara konkret, empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif untuk menjelaskan pengaruh antara terpaan konten *fashion* TikTok @leinnns dan *fashion Korean style*. Sampel terdiri dari 100 *followers* TikTok @leinnns, yang dipilih menggunakan teknik sample *purposive sampling*. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang dirancang untuk mengukur indikator frekuensi paparan, durasi waktu yang dihabiskan, dan tingkat perhatian terhadap konten TikTok, serta indikator *fashion korean style* seperti variasi desain, model yang sesuai dengan keinginan, desain yang sedang mengikuti tren, daya tahan dan warna. Data dianalisis menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear sederhana, uji korelasi pearson dan uji hipotesis t parsial dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.0.

Hasil dan Pembahasan

Di era digital saat ini, media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam memengaruhi preferensi dan perilaku masyarakat, khususnya generasi muda. Salah satu platform yang paling berpengaruh adalah TikTok, yang telah berkembang menjadi pusat inspirasi gaya hidup, termasuk tren fashion. Akun TikTok @leinnns, dengan fokus pada *fashion Korean style*, berhasil menarik perhatian banyak pengikutnya dengan konten yang menarik, interaktif, dan inovatif. Akun ini sering membagikan video yang menampilkan gaya busana *Korea* yang sederhana namun elegan, yang terinspirasi dari budaya pop *Korea* seperti K-Pop dan drama Korea.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effect* untuk menjelaskan bagaimana terpaan konten TikTok dapat memengaruhi perilaku pengguna. Dalam teori ini, media dilihat sebagai alat yang digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan tertentu, baik kebutuhan hiburan, informasi, maupun inspirasi. Dalam kasus ini, pengikut akun @leinnns menggunakan konten yang disajikan untuk mencari referensi gaya busana yang sesuai dengan preferensi mereka. TikTok, sebagai media sosial berbasis video pendek, memungkinkan pengguna untuk mendapatkan pengalaman visual yang kuat, yang berperan besar dalam memengaruhi persepsi estetika mereka.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terpaan konten TikTok @leinnns memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *fashion Korean style* oleh pengikutnya. **Frekuensi Menonton:** Pengguna yang sering terpapar konten fashion dari akun @leinnns cenderung lebih

terpengaruh untuk mengadopsi gaya busana Korea. **Durasi Menonton:** Semakin lama waktu yang dihabiskan untuk menonton konten TikTok, semakin kuat dampak yang dirasakan pengguna dalam membentuk preferensi gaya mereka. **Tingkat Perhatian:** Perhatian yang tinggi terhadap detail dalam konten, seperti kombinasi pakaian, warna, dan gaya, meningkatkan kemungkinan pengguna untuk mengikuti tren yang ditampilkan.

Fashion Korean style memiliki daya tarik yang unik karena menggabungkan elemen modern dan klasik dengan desain yang fleksibel. Gaya ini mencerminkan kepraktisan, estetika sederhana, dan elemen yang mudah diadaptasi untuk berbagai kesempatan. Elemen-elemen seperti *oversized clothing*, warna pastel, dan desain minimalis menjadi ciri khas yang menarik perhatian generasi muda. Selain itu, penggunaan media sosial seperti TikTok memungkinkan tren ini menyebar lebih cepat, sehingga menjadi bagian dari identitas global. Penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai sarana yang efektif untuk memengaruhi budaya dan gaya hidup. Hal ini menegaskan bahwa tren yang berkembang di media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi alat promosi yang sangat kuat dalam membentuk preferensi konsumen, baik dalam hal *fashion* maupun gaya hidup lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan konten fashion TikTok @leinnns terhadap preferensi fashion Korean style pada followers akun tersebut. Berdasarkan hasil analisis data, terlihat bahwa variabel terpaan konten memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perubahan preferensi fashion Korean style. Hal ini tercermin dari hasil uji regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa 42,2% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu terpaan konten fashion. Sisanya, sebesar 57,8%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti pengaruh media lain, budaya pop Korea, serta lingkungan sosial followers.

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa indikator frekuensi, durasi, dan atensi dari variabel terpaan konten memiliki pengaruh positif terhadap tingkat adopsi gaya fashion Korean style. Sebagian besar responden memberikan skor "Sangat Setuju" terhadap indikator frekuensi dan perhatian, yang menunjukkan bahwa semakin sering pengguna terpapar konten @leinnns, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk mengadopsi elemen-elemen fashion Korean style. Indikator durasi mendapatkan skor "Setuju," yang mengindikasikan bahwa durasi waktu menonton konten juga memberikan kontribusi terhadap terbentuknya preferensi fashion tersebut, meskipun pengaruhnya tidak sekuat frekuensi dan atensi.

Lebih lanjut, variabel fashion Korean style diukur melalui empat indikator utama: variasi desain, model yang sesuai dengan keinginan, desain yang sedang mengikuti tren, serta daya tahan dan warna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator desain yang sedang mengikuti tren mendapatkan skor "Sangat Setuju" tertinggi, diikuti oleh variasi desain. Hal ini mengindikasikan bahwa followers akun TikTok @leinnns lebih terpengaruh oleh desain-desain yang up-to-date dan relevan dengan tren mode global, terutama tren yang sering dipopulerkan oleh idol K-Pop dan drama Korea. Tren ini semakin diperkuat oleh sifat interaktif dan visual dari platform TikTok, yang memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengadopsi dan meniru gaya yang mereka lihat.

Temuan ini sejalan dengan teori Uses and Effect yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa terpaan konten media, jika dilakukan secara konsisten dan menarik perhatian audiens, dapat menghasilkan efek yang signifikan dalam mengubah sikap,

perilaku, atau preferensi individu. Dalam konteks penelitian ini, tayangan video fashion di TikTok @leinnns bertindak sebagai stimulus yang memengaruhi respons audiens, yaitu pengadopsian elemen fashion Korean style. Tingginya tingkat keterlibatan followers, seperti memberikan like, berkomentar, dan mengikuti akun @leinnns, mencerminkan tingkat atensi yang tinggi terhadap konten tersebut.

Hasil uji validitas dan reliabilitas juga mendukung kesimpulan ini. Semua pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid dengan r-tabel sebesar 0,256, dan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel terpaan konten fashion adalah 0,544, sementara untuk fashion Korean style adalah 0,636. Meski nilai Cronbach's Alpha untuk variabel terpaan konten tidak terlalu tinggi, nilai ini tetap memenuhi syarat minimum reliabilitas ($\geq 0,6$), yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dapat diandalkan. Namun, terdapat beberapa faktor eksternal yang memengaruhi hasil penelitian ini, seperti eksposur terhadap konten fashion dari sumber lain (misalnya akun TikTok lain atau platform media sosial lain), tren global yang lebih luas, dan preferensi individu yang dipengaruhi oleh budaya pop Korea. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun terpaan konten @leinnns memiliki pengaruh signifikan, faktor eksternal juga memainkan peran penting dalam membentuk preferensi fashion Korean style pada followers.

Dari perspektif praktis, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana akun TikTok dengan konten yang konsisten dan relevan dapat membangun pengaruh yang signifikan terhadap audiensnya. Dalam konteks industri mode, temuan ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi platform yang efektif untuk mempromosikan tren fashion, terutama yang berkaitan dengan budaya pop. Selain itu, temuan ini juga relevan bagi para kreator konten yang ingin meningkatkan engagement dengan audiens mereka, terutama melalui penyajian konten yang menarik, konsisten, dan sesuai dengan preferensi target audiens. Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat argumen bahwa media sosial, khususnya TikTok, memiliki peran besar dalam membentuk preferensi dan perilaku konsumen, terutama dalam bidang fashion. Dengan terus berkembangnya tren global dan meningkatnya aksesibilitas media sosial, penelitian semacam ini menjadi semakin relevan untuk memahami dinamika interaksi antara media, budaya, dan audiens.

Penutup

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terpaan konten TikTok, khususnya dari akun @leinnns, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi *fashion Korean style* di kalangan pengikutnya. Dengan hasil analisis regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa 83,1% preferensi terhadap *fashion Korean style* dijelaskan oleh terpaan konten TikTok, dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam membentuk tren dan gaya hidup. *Fashion Korean style* yang menekankan kesederhanaan, fleksibilitas, dan estetika modern menjadi salah satu tren yang paling diminati, terutama oleh generasi muda. TikTok, dengan kontennya yang bersifat visual dan interaktif, memungkinkan penggunaannya untuk terinspirasi dengan mudah dan cepat. Faktor-faktor seperti frekuensi, durasi, dan tingkat perhatian terhadap konten menjadi elemen penting yang menentukan sejauh mana pengguna terpengaruh. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana media sosial dapat membentuk preferensi budaya dan gaya hidup, sekaligus menyoroti peran TikTok sebagai platform utama dalam menyebarkan tren *fashion* global.

Secara akademis, penelitian serupa dapat diperluas dengan melibatkan populasi yang lebih beragam untuk memahami apakah pengaruh yang sama terjadi di konteks yang berbeda. Penambahan variabel lain, seperti intensitas penggunaan media sosial, preferensi budaya, atau faktor demografis, juga dapat memperkaya analisis. Berdasarkan hasil indikator terkait paparan konten, diharapkan @leinnns dapat menjaga kredibilitasnya dalam membuat konten *fashion korean style*, mengingat tingginya frekuensi dan tingkat perhatian penonton terhadap konten yang disajikan.

Daftar Pustaka

- Iswani, Y. (2019). Pengaruh Menonton Program “ I Look “ Di Net Tv Terhadap Pengetahuan Fashion Siswa Jurusan Tata Busana Smkn 04 Pekanbaru. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository*, 3476, 3476.
- Kurniati, I. D., Setiawan, R., Rohmani, A., Lahdji, A., Tajally, A., Ratnaningrum, K., Basuki, R., Reviewer, S., & Wahab, Z. (2015). Buku Ajar.
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *Prologia*, 6(2), 304–311. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15499>
- 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>
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i1.13045>
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Representamen*, 7(02). <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja. In Ekspresi Dan Persepsi : *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 5, Issue 1, pp. 133–141). <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3939>
- Mudrikah, R., Mayasari, & Oktariani Lubis, F. (2024). Terpaan Tren Citayam Fashion Week di Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Mahasiswa. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 992–998. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.728>
- Nugroho, P., & Rumyeni. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Video #Ootd Di TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau. *Communications*, 6(1), 45–62. <https://doi.org/10.21009/communications.6.1.3>
- Sari, N. P., Sudaryanto, E., & Nasution, U. C. (2018). Dampak Media Sosial Line Terhadap Perilaku Antisosial Di Kalangan Remaja Gunungsari Surabaya. In *Representamen* (Vol. 4, Issue 01). <https://doi.org/10.30996/representamen.v4i01.1410>