

Analisis Resepsi Pengunjung Di Coffeshop Jokopi Dinoyo Terhadap Konten Fashion Jaden Bahtera

¹Fahmi Januar Fahrezy, ²Jupriono, ³Moh. Dey Prayogo

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

fahmyjanuar24@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi pengunjung Coffeeshop Jokopi Dinoyo Surabaya terhadap konten fashion Jaden Bahtera di TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivistik. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap pengunjung yang aktif menggunakan TikTok, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, dan dokumentasi media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung tidak memaknai konten fashion Jaden Bahtera secara seragam. Berdasarkan teori resepsi Stuart Hall, ditemukan tiga pola pemaknaan audiens, yaitu dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Sebagian informan berada pada posisi dominan dengan menerima dan menjadikan gaya berpakaian Jaden sebagai referensi utama dalam membentuk identitas visual. Sebagian lain berada pada posisi negosiasi dengan mengadaptasi gaya Jaden sesuai kenyamanan, kondisi ekonomi, dan karakter pribadi. Sementara itu, sejumlah informan berada pada posisi oposisi dengan menolak meniru gaya tersebut karena dianggap tidak sesuai dengan selera dan nilai personal. Konten fashion Jaden Bahtera tidak hanya dikonsumsi sebagai hiburan, tetapi juga dipahami sebagai referensi visual dalam menentukan kombinasi warna, siluet, dan gaya berpakaian. Ruang coffeeshop berfungsi sebagai arena sosial tempat audiens menampilkan dan mempraktikkan identitas digital yang dipengaruhi media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa audiens bersifat aktif dalam menafsirkan pesan media dan menjadikan media sosial sebagai bagian penting dalam pembentukan gaya hidup dan preferensi fashion. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pengaruh influencer di TikTok bekerja melalui proses interpretasi yang kompleks dan kontekstual, di mana audiens berperan sebagai subjek aktif dalam mengonstruksi makna dan praktik gaya hidup mereka.

Kata kunci: resepsi audiens, influencer, fashion, TikTok, Coffeeshop Jokopi Dinoyo

Abstract

This study aims to analyze the reception of visitors at Jokopi Dinoyo Coffee Shop, Surabaya, toward Jaden Bahtera's fashion content on TikTok. The study adopts a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm. Primary data were obtained through in-depth interviews and participant observation of visitors who actively use TikTok, while secondary data were collected from relevant literature, academic journals, and social media documentation. The findings show that visitors do not interpret Jaden Bahtera's fashion content in a uniform way. Based on Stuart Hall's reception theory, three patterns of audience interpretation were identified: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. Some informants occupied a dominant position by accepting and using Jaden's style of dress as a primary reference in shaping their visual identity. Others took a negotiated position by adapting Jaden's style according to their comfort, economic conditions, and personal characteristics. Meanwhile, several informants occupied an oppositional position by refusing to imitate the style because it was considered incompatible with their personal tastes and values. Jaden Bahtera's fashion content is not only consumed as entertainment but is also understood as a visual reference for determining color combinations, silhouettes, and clothing

styles. The coffee shop space functions as a social arena where audiences display and practice digital identities influenced by social media. These findings indicate that audiences are active in interpreting media messages and integrating social media into the formation of lifestyle and fashion preferences. Thus, this study confirms that the influence of TikTok influencers operates through complex and contextual interpretive processes, in which audiences play an active role in constructing meanings and lifestyle practices.

Keyword: audience reception, influencer, fashion, TikTok, Jokopi Dinoyo Coffee Shop

Pendahuluan

Penelitian ini berangkat dari realitas bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah media sosial, khususnya TikTok, menjadi arena sentral dalam pembentukan identitas, interaksi sosial, dan gaya hidup di kalangan masyarakat modern. Fenomena ini memunculkan figur influencer yang memiliki kekuatan signifikan dalam mengarahkan selera, termasuk dalam bidang fashion, melalui konten yang natural dan relatable, didukung oleh adanya hubungan parasosial antara kreator dan audiens. Dalam konteks ini, Jaden Bahtera muncul sebagai contoh spesifik, seorang kreator yang konten fashionnya di TikTok berfungsi sebagai inspirasi gaya berpakaian dan representasi gaya hidup anak muda urban. Pengaruh digital ini selanjutnya tereksresi dalam ruang-ruang nyata seperti Coffeeshop Jokopi Dinoyo Surabaya, yang berfungsi sebagai arena bagi pemuda untuk menunjukkan identitas dan mempraktikkan gaya fashion yang diadopsi dari tren media sosial. Secara konseptual, penelitian ini mendasarkan diri pada Teori Analisis Resepsi Stuart Hall, di mana dibagi menjadi dominan hegemoni position, negotiated, dan oppositional dan memengaruhi preferensi mode serta gaya hidup audiens secara tidak langsung. Konsep-konsep inti yang dikaji meliputi resepsi audiens, peran influencer, media sosial, preferensi mode, gaya hidup, dan pengunjung coffeshop. Kajian literatur sebelumnya (seperti penelitian tentang resepsi literasi feminisme, gaya hidup berbelanja fashion di TikTok, dan konten soft selling) secara konsisten menunjukkan bahwa resepsi audiens bersifat beragam dan aktif, tidak hanya pasif menerima pesan, sebuah pijakan yang membenarkan penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivistik dalam penelitian ini. Urgensi ilmiah studi ini terletak pada eksplorasi mendalam terhadap dinamika resepsi audiens aktif dan fenomena konvergensi budaya digital yakni interaksi kompleks antara konten online Jaden Bahtera dan manifestasinya di ruang offline yang spesifik (Coffeeshop Jokopi Dinoyo). Kebaruan penelitian ini adalah studi kasusnya yang spesifik dan kontekstual, yang berkontribusi pada pemahaman akademis mengenai bagaimana media sosial membentuk preferensi fashion dan gaya hidup pemuda urban. Berdasarkan realitas dan urgensi tersebut, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan: Bagaimana resepsi pengunjung di Coffeeshop Jokopi Dinoyo Surabaya terhadap konten fashion Jaden Bahtera pada TikTok? Tujuannya adalah untuk menganalisis resepsi tersebut secara mendalam, terutama yang berkaitan dengan intensitas interaksi pemuda, pengaruh media sosial dalam adopsi gaya hidup, dan peran influencer dalam membentuk persepsi dan pilihan individu terhadap tren fashion dan lifestyle.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif dengan Pendekatan Paradigma Konstruktivistik. Pendekatan ini sangat relevan untuk mengkaji fenomena sosial kompleks seperti pengaruh influencer karena berpandangan bahwa realitas sosial tidak tunggal,

melainkan merupakan konstruksi subjektif yang dibentuk oleh pemahaman dan interpretasi masing-masing individu. Dengan paradigma konstruktivistik, fokus utama penelitian adalah menggali dan memahami makna subjektif yang dibangun oleh Pengunjung Coffeeshop Jokopi Dinoyo terhadap peran influencer dalam membentuk gaya hidup dan preferensi mode mereka. Peneliti berperan sebagai instrumen kunci, berinteraksi langsung melalui wawancara mendalam dan observasi, dengan tujuan untuk menyajikan deskripsi yang utuh dan akurat mengenai berbagai variasi pemaknaan yang dilakukan oleh audiens sebagai aktor aktif dalam menafsirkan pesan media sosial.

Dalam penelitian kualitatif ini, analisis data dilakukan secara terus-menerus sejak proses pengumpulan data hingga penyusunan hasil akhir. Pada ranah ini, Hall (1980) membagi posisi pemaknaan ke dalam tiga kategori utama, yaitu dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Dalam dominant-hegemonic position, audiens menerima pesan media secara menyeluruh sebagaimana dikehendaki pembuat pesan. Audiens mengafirmasi nilai-nilai dominan dan menginternalisasikannya sebagai kebenaran yang wajar. Dalam negotiated position, audiens menerima pesan secara sebagian namun menyesuaikannya dengan realitas hidup pribadi. Pemaknaan dalam posisi ini bersifat fleksibel dan kompromistis menerima hal yang dianggap sesuai dan menolak aspek yang tidak cocok. Adapun oppositional position adalah ketika audiens memahami pesan tetapi menolaknya karena bertentangan dengan nilai atau ideologi yang mereka yakini. Hall menyebut posisi ini sebagai bentuk resistensi audiens terhadap hegemoni media.

Teknik pengumpulan data merupakan serangkaian cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Putri (2020) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data mencakup berbagai metode seperti observasi, diskusi kelompok terarah (FGD), wawancara mendalam, studi kasus, serta dokumentasi, yang bertujuan untuk membantu peneliti menjawab rumusan masalah secara lebih akurat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Pertama, wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan dengan masyarakat sebagai informan utama yang dipilih secara purposif, guna menggali pandangan, pengalaman, dan pemaknaan mereka secara lebih mendalam. Kedua, observasi partisipatif dilakukan dengan cara peneliti terlibat langsung dalam aktivitas masyarakat saat berinteraksi dengan konten influencer, sehingga peneliti dapat memahami konteks sosial dan perilaku informan secara lebih mendalam. Ketiga, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa tangkapan layar, rekaman, maupun unggahan media sosial yang relevan dengan fokus penelitian. Melalui kombinasi teknik ini, peneliti berupaya memperoleh data yang komprehensif, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, penulis menafsirkan bahwa Coffeeshop Jokopi Dinoyo berfungsi sebagai ruang sosial yang mempertemukan budaya digital dengan praktik sosial sehari-hari. Ruang ini memungkinkan pengunjung untuk membawa referensi visual dari media sosial ke dalam kehidupan nyata. Dalam konteks ini, gaya berpakaian menjadi medium penting bagi pengunjung untuk menampilkan identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial. Oleh karena itu, resepsi terhadap konten fashion Jaden Bahtera tidak dapat dilepaskan dari fungsi coffeeshop sebagai ruang performatif bagi anak muda urban.

Penulis menemukan bahwa konten fashion Jaden Bahtera tidak dimaknai secara tunggal oleh pengunjung. Sebagian besar informan memaknai konten tersebut sebagai referensi visual yang membantu mereka memahami tren fashion anak muda. Namun, penulis menafsirkan bahwa fungsi referensial ini tidak selalu bermakna imitasi langsung. Konten Jaden lebih sering dipahami sebagai sumber inspirasi yang memberi gambaran kemungkinan gaya, bukan sebagai standar baku yang harus diikuti. Hal ini menunjukkan bahwa audiens memiliki kapasitas reflektif dalam memaknai konten influencer. Melalui kerangka teori resepsi Stuart Hall, penulis menafsirkan adanya tiga posisi pemaknaan yang mencerminkan dinamika hubungan audiens dengan konten media. Pada posisi dominant-hegemonic, penulis melihat bahwa informan menerima gaya fashion Jaden Bahtera sebagai representasi ideal dari gaya hidup anak muda urban. Penerimaan ini tidak hanya berkaitan dengan estetika berpakaian, tetapi juga dengan nilai simbolik yang melekat pada citra Jaden, seperti kepercayaan diri, kebebasan berekspresi, dan relevansi dengan budaya populer. Penulis menafsirkan bahwa posisi ini muncul karena adanya kesesuaian antara identitas informan dengan identitas yang direpresentasikan oleh influencer. Pada posisi negotiated, penulis menafsirkan bahwa audiens berada dalam kondisi tarik-menarik antara ketertarikan terhadap konten dan realitas personal mereka. Informan pada posisi ini menerima pesan fashion yang ditampilkan, tetapi secara sadar menyesuaikannya dengan kenyamanan, kondisi ekonomi, serta karakter diri. Penulis memandang posisi ini sebagai bentuk resepsi yang paling dominan dalam penelitian, karena mencerminkan sikap kritis sekaligus pragmatis audiens terhadap pengaruh media sosial. Dalam hal ini, influencer berperan sebagai pemantik ide, bukan sebagai otoritas mutlak dalam menentukan gaya berpakaian. Sementara itu, pada posisi oppositional, penulis menafsirkan adanya bentuk resistensi audiens terhadap dominasi standar fashion yang dibentuk media sosial. Meskipun informan memahami pesan yang disampaikan Jaden Bahtera, mereka memilih untuk menolak gaya tersebut karena dianggap tidak sesuai dengan selera atau nilai personal. Penulis memandang penolakan ini sebagai bentuk afirmasi identitas diri, di mana audiens mempertahankan otonomi dalam menentukan pilihan fashion tanpa harus tunduk pada tren digital. Posisi ini menegaskan bahwa audiens tetap memiliki ruang untuk bersikap kritis terhadap influencer.

Penulis menafsirkan bahwa perbedaan resepsi tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi individu, tetapi juga oleh pengalaman bermedia sosial dan konteks sosial pengunjung. Bagi sebagian informan, fashion memiliki makna simbolik sebagai alat ekspresi diri dan strategi sosial untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan. Namun bagi informan lain, fashion dipandang lebih fungsional dan tidak selalu berkaitan dengan identitas digital. Perbedaan ini menunjukkan bahwa makna fashion bersifat situasional dan kontekstual. Penulis juga menafsirkan bahwa Coffeeshop Jokopi Dinoyo menjadi ruang transisi antara identitas digital dan identitas offline. Gaya berpakaian yang terinspirasi dari TikTok tidak hanya dikonsumsi secara personal, tetapi juga dipertontonkan dan diuji melalui interaksi sosial di ruang coffeeshop. Dalam konteks ini, resepsi audiens terhadap konten fashion Jaden Bahtera tidak berhenti pada tahap kognitif, melainkan berlanjut pada praktik sosial yang konkret. Secara keseluruhan, Menafsirkan bahwa pengaruh konten fashion Jaden Bahtera di TikTok bekerja melalui proses resepsi yang bersifat aktif, reflektif, dan kontekstual. Audiens tidak secara pasif meniru, melainkan melakukan proses seleksi, adaptasi, dan penolakan sesuai dengan identitas serta realitas sosial mereka. Menegaskan bahwa influencer fashion berperan

sebagai penyedia referensi budaya, sementara audiens tetap menjadi aktor utama dalam mengonstruksi makna dan praktik gaya hidup mereka.

Penutup

Resepsi pengunjung Coffeeshop Jokopi Dinoyo Surabaya terhadap konten fashion Jaden Bahtera di TikTok menunjukkan bahwa audiens berperan aktif dalam memaknai pesan media dan tidak menerima pengaruh influencer secara seragam. Berdasarkan penerapan teori resepsi Stuart Hall, penelitian ini menemukan tiga posisi pemaknaan audiens, yaitu dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional, yang masing-masing dipengaruhi oleh latar belakang sosial, preferensi estetika, pengalaman bermedia sosial, serta kondisi ekonomi pengunjung. Pada posisi dominan, pengunjung menerima dan menjadikan gaya berpakaian Jaden Bahtera sebagai referensi utama dalam membentuk penampilan dan identitas visual anak muda urban. Pada posisi negosiasi, pengunjung mengapresiasi konten fashion tersebut sebagai sumber inspirasi, namun melakukan penyesuaian dengan kenyamanan pribadi, karakter diri, dan keterbatasan ekonomi. Sementara itu, pada posisi oposisi, pengunjung memahami pesan fashion yang disampaikan tetapi memilih untuk tidak meniru gaya tersebut karena dianggap tidak sesuai dengan nilai, selera, dan gaya hidup pribadi.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa konten fashion Jaden Bahtera tidak hanya dikonsumsi sebagai hiburan visual, melainkan dipahami sebagai referensi estetika yang memengaruhi preferensi berpakaian dan praktik gaya hidup pengunjung dalam kehidupan sehari-hari. Coffeeshop Jokopi Dinoyo berperan sebagai ruang sosial dan ruang performatif yang mempertemukan identitas digital dengan praktik sosial offline, di mana pengunjung menampilkan, menegosiasikan, dan memvalidasi identitas diri yang dipengaruhi media sosial. Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa pengaruh influencer di TikTok bekerja melalui proses interpretasi yang kompleks, kontekstual, dan reflektif, sehingga tidak dapat dipahami secara linear. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menyarankan agar pelaku industri kreatif dan fashion lebih memperhatikan keberagaman karakter audiens dalam menyusun strategi komunikasi, pengguna media sosial khususnya generasi muda lebih kritis dan selektif dalam mengonsumsi konten influencer, serta pengelola ruang publik seperti coffeeshop menyadari perannya sebagai ruang ekspresi budaya dan identitas anak muda di era digital.

Daftar Pustaka

- Abidin, C. (2015). Communicative intimacies: Influencers and perceived interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, 8.
- Barnard, M. (2014). *Fashion as communication*. London: Routledge.
- Entwistle, J. (2015). *The fashioned body: Fashion, dress, and modern social theory* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001>
- Putri, R. A. (2020). *Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.