

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini memberi pengaruh seluruh area yang ada, salah satunya ialah kemajuan inovasi data yang juga semakin pesat. Pesatnya kemajuan inovasi juga berdampak pada kemajuan web saat ini. Selain itu, perkembangan Internet sudah mengalami kemajuan pesat di Indonesia sendiri, serta Internet sudah memberikan kontribusi pada berbagai bidang yang ada, termasuk bidang-bidang seperti pendidikan, bisnis, serta politik. Dalam bidang perekonomian, khususnya bidang perdagangan, kita melihat jika Internet memegang peranan yang sangat penting, misalnya dalam munculnya e-commerce di Indonesia.

Perkembangan teknologi informasi serta pesatnya perkembangan internet sudah memudahkan berkembangnya media sosial. Hampir seluruh penduduk Indonesia saat ini cenderung mendukung serta memanfaatkan media sosial. Di zaman sekarang, media sosial sudah menjadi salah satu kebutuhan dasar setiap individu. Kehadiran media sosial sudah menyatu dengan rutinitas sehari-hari masyarakat yang hidup di era modern ini. Fenomena ini berdampak besar pada banyak aspek kehidupan, mulai dari interaksi sosial, penyebaran informasi, hingga pengaruh budaya, dengan adanya media sosial seperti, Instagram, *Tiktok*, *Twitter*, *Facebook* serta lainnya, cara kita berkomunikasi serta berinteraksi sudah berubah signifikan.

Media sosial sudah mengubah arah komunikasi, memungkinkan orang terhubung melintasi batas geografis. Hal itu tidak hanya memperluas jaringan

sosial kita, tetapi juga mengubah cara kita berinteraksi dengan teman, keluarga, serta kolega. Pengguna bisa langsung berbagi pemikiran, foto, serta video, menciptakan dinamika komunikasi yang lebih cepat serta interaktif. Media sosial juga berperan penting dalam membentuk opini publik. Informasi serta berita menyebar dengan cepat melalui platform itu serta bisa memberi pengaruh opini masyarakat terhadap topik tertentu. Pengguna media sosial sudah menjadi pemimpin opini serta mempunyai kekuatan untuk memberi pengaruh arah pembicaraan publik.

Media sosial sering kali mempromosikan trend, gaya hidup, serta produk tertentu. Ini memberi pengaruh perilaku konsumsi masyarakat serta keputusan pembelian serta berperan dalam membentuk trend mode, kecantikan, serta gaya hidup. Terlepas dari segala kerumitannya, penting untuk memahami serta mengevaluasi dampak media sosial secara holistik. Meskipun media sosial memberikan banyak manfaat, kita juga perlu mewaspadaai dampak negatifnya serta bagaimana penggunaan media sosial bisa dikelola untuk meningkatkan kesejahteraan individu serta masyarakat secara keseluruhan.

Sebagian besar masyarakat Indonesia mempergunakan media sosial untuk kepentingan. Media sosial juga mempunyai pengaruh besar terhadap gaya berpakaian seperti Instagram, Twitter, serta *Tiktok* yang sering dipergunakan masyarakat terutama anak muda sekarang. *Tiktok* sendiri bukanlah aplikasi yang baru diluncurkan, aplikasi ini sudah ada sejak lama, aplikasi *Tiktok* ialah salah satu jenis aplikasi sekaligus platform video asal China yang sudah muncul serta diluncurkan tepatnya pada bulan September tahun 2016. Aplikasi *TikTok* ini

sangat populer di kalangan semua kalangan, terutama anak muda. Generasi muda yang dimaksud ialah gen-Z, tepatnya seseorang yang dilahirkan antara tahun 1995-2010. Salah satu kualitas gen-Z yang paling menonjol ialah kedekatannya dengan web. Hal itu karena ketika gen-Z diciptakan, perkembangan web sangat cepat. Gen-Z mempunyai cara hidup yang berbeda-beda.

Pola hidup seperti ini tidak lepas dari komponen gaya berpakaian, dalam hal itu menjunjung tinggi seseorang untuk selalu mengikuti perubahan pada bagian gaya berpakaian. Gaya berpakaian dalam bahasa Inggris ialah desain, desain sudah menjadi bagian penting dari gaya, pola, serta tampilan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga gaya ialah sesuatu yang sebagian besar tercipta di masyarakat dalam hal gaya desain. Ada banyak penjelasan yang melatarbelakangi pembeli untuk mengejar arahan, misalnya menjaga diri agar tidak ketinggalan zaman, untuk realisasi diri, memenuhi kebutuhan internal, untuk meningkatkan keberanian serta mendapatkan rasa hormat dari orang lain. Hal itu berdampak positif terhadap perilaku berbelanja individu yang bisa menciptakan budaya lain di kancah publik. (Intisari Haryanti, 2020).

Dalam hal itu gaya hidup seseorang untuk mengikuti perkembangan fashion agar mampu membentuk preferensi sesuai dengan kecenderungannya dalam memilih produk serta perkembangan dalam mengubah gaya berpakaian. Ada banyak trend populer di *Tiktok*, termasuk tren gaya pakaian seperti OOTD, panduan gaya, saran pakaian, memadupadankan, serta banyak lagi. Pengguna

Tiktok bisa mengikuti selebriti, desainer, serta fashion influencer untuk mendapatkan inspirasi terkini tentang trend pakaian.

Fenomena ini tidak hanya menimpa masyarakat umum, namun juga karyawan perseroan terbatas. Dalam pendahuluan ini, penulis mengeksplorasi bagaimana *Tiktok* memengaruhi cara berpakaian karyawan PT Selalu Cinta Indonesia. Perubahan gaya pakaian karyawan PT Selalu Cinta Indonesia saat ini mayoritas mempergunakan pakaian yang sedang trend di media sosial saat ini, seperti celana cargo, kemeja knit, crop top, serta yang lagi trend saat ini lainnya. Video pendek yang menampilkan kehidupan kantor sehari-hari serta aktivitas tim bisa menciptakan identitas perusahaan yang unik. Karyawan PT Selalu Cinta Indonesia mayoritas mempergunakan gaya berpakaian seperti seseorang berpegiang ataupun healing serta karyawan yang di perusahaan itu secara tidak sengaja menimbulkan adanya persaingan outfit. Penting untuk mempertimbangkan kesesuaiannya dengan budaya perusahaan serta etika berpakaian dalam lingkungan perusahaan. Keseimbangan antara mengikuti trend serta menjaga profesionalisme tetap menjadi aspek penting tentang bagaimana media sosial, khususnya *Tiktok*, memengaruhi gaya berpakaian karyawan PT Selalu Cinta Indonesia.

Studi dalam skripsi saya mempunyai maksud guna memahami dengan adanya media sosial *Tiktok* memberi pengaruh gaya berpakaian karyawan IM PT. Selalu Cinta Indonesia. Studi ini berfokus pada penggunaan media sosial *Tiktok* itu sendiri, serta pengguna media merasakan dampak yang ditimbulkan dari kebiasaan melihat video pada aplikasi *Tiktok* yang memberi dampak

terhadap gaya berpakaian karyawan. Oleh karena itu, individu bisa memperkirakan adanya reaksi khalayak yang ditimbulkan oleh pesan-pesan media.

Sesuai dengan hasil uraian permasalahan diatas, penulis menganggap perlu menjalankan studi lebih lanjut. Untuk bisa menyelesaikan studi itu penulis mengambil judul “PENGARUH *TIKTOK* TERHADAP GAYA BERPAKAIAN PADA KARYAWAN PT SELALU CINTA INDONESIA”

B. Rumusan Masalah

1. Rumusan masalah pada studi ialah, bagaimana pengaruh *tiktok* terhadap gaya berpakaian karyawan IM Sewing 2A di PT. Selalu Cinta Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan studi dalam skripsi peneliti ialah guna memahami media sosial memberi dampak ataupun tidak terhadap gaya berpakaian karyawan bagian IM Sewing 2A di PT. Selalu Cinta Indonesia di Salatiga.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Studi ini bisa dipergunakan guna memahami sejauh mana pengaruh media sosial *tiktok* terhadap gaya berpakaian yang didapat serta diterapkan dalam sebuah kasus nyata mengenai cara berpakaian terhadap karyawan perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Studi ini diharapkan bisa memberikan saran yang bermanfaat bagi pihak PT. Selalu Cinta Indonesia serta bisa mengetahui seberapa berpengaruhnya gaya berpakaian terhadap karyawan.

3. Bagi Universitas Ngudi Waluyo

Studi ini bisa dimanfaatkan sebagai sumber rujukan oleh penulis skripsi ataupun oleh pihak-pihak yang memerlukan informasi ataupun data yang relevan.