



PENGARUH BRAND INFLUENCER ‘TELEVISI STAR’ DI INSTAGRAM TERHADAP CARA BERPAKAIAN ANAK MUDA MASA KINI

Maizol Fachri¹, Inko Sakti Dewanto²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut
Teknologi Nasional Bandung^{1,2}

Email: Maizol.fachri@mhs.itenas.ac.id¹, inkosakti@itenas.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to understand the broad and profound impact of the popularity of the Television Star skateboard brand on the clothing style and fashion trends of today's young generation. In the era of globalization and technology, young people are influenced by fashion trends through social media, celebrities and influencers. Skateboard brands create a unique culture that makes young people's preferences in dressing and styling creatively. The popularity of the Televisi Star brand has an impact on the growth of the fashion industry, which focuses on the production and promotion of skateboard-style clothing. With their marketing methods that upload videos of influencers and skateboarders wearing their brands while skateboarding, young people are familiar with and influenced to own and wear their products. The influence of collaboration with other well-known brands involved in the world of skateboard fashion also makes young people believe that Televisi Star is a brand that has good quality and branding.

Keywords : Skateboard, Fashion, Young Generation, Televisi Star

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak luas dan mendalam dari popularitas brand skateboard Televisi Star terhadap gaya berpakaian dan tren mode generasi muda saat ini. Di era globalisasi dan teknologi, anak muda terpengaruh oleh tren fashion melalui media social, selebriti dan influencer. Brand skateboard menciptakan budaya unik yang membuat preferensi anak muda dalam berpakaian dan bergaya dengan kreatif. Popularitas brand Televisi Star ini berdampak pada pertumbuhan industri fashion, yang fokus pada produksi dan promosi pakaian bergaya skateboard. Dengan cara pemasaran mereka yang mengunggah video influencer dan juga para skateboarder yang memakai brand mereka saat bermain skateboard, membuat kalangan muda mengenal dan terpengaruh untuk memiliki dan juga memakai produk mereka. Pengaruh kolaborasi dengan brand terkenal lain yang berkecimpung di dunia fashion skateboard pun, membuat para kalangan muda yakin bahwa Televisi Star adalah brand yang memiliki kualitas dan branding

yang bagus.

Kata Kunci : *Skateboard, Fashion, Generasi Muda, Televisi Star*

PENDAHULUAN

Fashion telah menjadi aspek penting dalam kehidupan sosial modern, yang secara langsung mencerminkan citra pemakainya dan memiliki fungsi komunikatif. Pakaian, celana, aksesoris, dan gaya rambut lebih dari sekadar dekorasi; mereka bertindak sebagai sarana bagi individu atau kelompok untuk mengekspresikan dan mengomunikasikan identitas mereka kepada orang lain (Barnard, 2011). *Fashion* berfungsi sebagai sarana untuk membedakan identitas individu atau kelompok dari lingkungan sekitar dan menonjolkan keunikan individu atau kelompok kepada orang lain. Menurut Barnard (2011:85), mode memungkinkan individu untuk mengekspresikan perbedaan pribadi mereka dan menunjukkan keunikan mereka kepada dunia (Rahmadhan & Yuliani, n.d.).

Cara berpakaian subkultur yang unik, kasual, aneh, dan eksentrik membuat mereka berbeda dari gaya berpakaian umum yang ada dalam budaya dominan, sehingga menciptakan identitas tersendiri. Pilihan pakaian dalam subkultur juga memungkinkan orang lain menafsirkan dan membuat kesan tentang citra diri si pemakai. *Fashion* dianggap dalam sebuah komunitas sangat menarik karena setiap komunitas memiliki identitas dan ciri khasnya sendiri, terutama dalam hal penampilan (Crane, 2000).

Olahraga *skateboard* sudah ada di Indonesia sejak tahun 1976 dan telah berkembang menjadi gaya hidup dengan budayanya sendiri. Seiring berjalannya waktu, olahraga ini berkembang menjadi gaya hidup dan membentuk komunitas yang secara tidak langsung memberikan manfaat bagi para anak muda, yaitu menginspirasi mereka ke arah positif dan memberi wadah bagi anak muda untuk menyalurkan hobi kepada sebuah olahraga. Selain itu, gaya hidup yang berkembang dalam komunitas *skateboard* terutama dalam hal berpenampilan, menjadi inspirasi dengan gaya mereka yang dipandang *stylish*, *trandy* dan keren (Hermayan & Yusup, n.d.). Setiap individu pada hakikatnya membangun kepercayaan diri mereka dengan menampilkan diri mereka dan menciptakan representasi spesifik tentang siapa mereka. Fase menampilkan diri ini pada akhirnya menjadi keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial.

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata dan gambar. Creswell dalam

(Murdiyanto, 2020) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai suatu strategi pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif dalam penelitian ilmiah (Sidiq & Choiri, 2019). Penelitian ini pun memberikan gambaran yang tepat dan penjelasan tentang kondisi atau gejala yang dihadapi. Sugiyono, 2020 mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian pada kondisi obyek yang alamiah. Peneliti adalah instrumen utama dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data digunakan secara triangulasi (gabungan), analisis data dilakukan secara induktif, dan hasilnya lebih menekankan penting daripada generalisasi.

Metode Sosial Media Analisis

Istilah "Analisis Media Sosial" telah menjadi perhatian besar. Menurut Noprianto (2018), bidang ini merupakan "kajian interdisipliner yang berkembang dengan tujuan mengintegrasikan, mengembangkan, dan menyesuaikan metode untuk menganalisis data dari media sosial". Menurut Wamba, Akter, dan Bhattacharya (2016) terdapat tiga langkah yang diambil untuk mengidentifikasi analitik sosial media sebagai paradigma analitis dan pemodelan interdisipliner:

1) Data dikumpulkan dari berbagai tinjauan;

Proses mendapatkan data dan informasi melalui analisis sumber literatur akademik, artikel, laporan, buku, atau dokumen terkait. Hal ini bertujuan untuk memahami topik secara mendalam, dan mendapat perspektif yang lebih luas. Misal melalui jurnal ilmiah atau artikel, kita dapat meneliti tentang budaya skateboard.

2) Memahami data dengan menggunakan berbagai model dan analitik;

Proses menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan berbagai metode analisis seperti statistic, algoritma, dan metode lainnya, yang bertujuan untuk mengidentifikasi tren fashion, pola, atau wawasan penting yang dapat membantu pemahaman yang lebih terhadap topik yang diteliti.

3) Meringkas dan menyampaikan hasil untuk membantu pengambilan Keputusan.

Proses merangkum dari analisis data yang telah diteliti secara terstruktur, agar pihak yang membutuhkan informasi dapat memahami hasil penelitian dengan mudah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui berbagai tinjauan yang mencakup analisis konten yang diposting *brand* Televisi Star di berbagai

media sosial, terutama instagram. Penelitian ini mencakup bagaimana cara promosi Televisi Star mempengaruhi tren *fashion* komunitas *skateboard*. Penelitian ini juga mencakup tinjauan visual dari berbagai produk yang dipromosikan oleh *brand* tersebut seperti *baggy pants*, *T-shirt*, topi, dan berbagai aksesoris lainnya yang digunakan oleh *skateboarder*. Setiap individu dapat mengakses informasi melalui berbagai saluran media, yang mempengaruhi cara berpakaian mereka. Dalam penelitian ini, cara berpakaian seseorang dapat dipengaruhi oleh referensi yang mereka temui melalui Instagram Televisi Star. Presentasi visual dari merek Televisi Star yang memiliki daya tarik kuat dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan individu, termasuk penggemar olahraga *skateboard*. Anak muda dalam komunitas ini sering mengamati gaya berpakaian yang dipromosikan oleh *brand* ini, yang menjadi acuan dalam menentukan gaya mereka sehari-hari.

Sekarang, *brand* Televisi Star ini dikenal di seluruh dunia dan dipakai oleh *Pro-Skateboarder* seperti TJ Rogers. *Brand* ini telah dikenal oleh masyarakat nasional maupun internasional, tidak heran jika *brand* ini banyak dipakai oleh para *skateboarder* terkenal lainnya seperti Tompenny, Kyonosuke Yamashita, Filipe Mota, Tyson Peterson, Jake Ilardi, Motic Panugalinog, Lucas Rabelo, Vincent Milou, Chris Joslin, Gustavo Ribeiro, Dashawn Jordan, Alex Mitler dan banyak lagi lainnya.

Penelitian mengenai pengaruh *brand* Televisi Star pada cara berpakaian anak muda yang menggunakan analisis melalui Instagram Televisi Star ini, mencakup beberapa aspek yang dapat dijadikan objek penelitian :

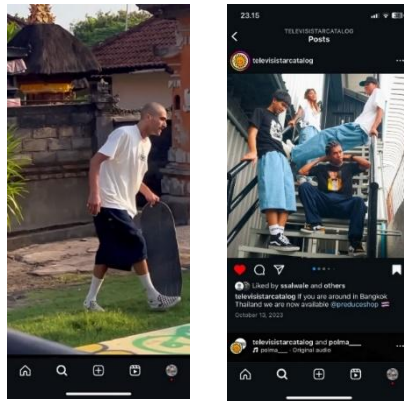
1. Ciri Khas Identitas Skater

Pakaian *skater* telah berkembang menjadi gaya yang unik dan mudah dikenali seiring dengan olahraga tersebut. Jeans longgar berpotongan lebar, sepatu *skate* berpotongan rendah, dan kaus oblong bergambar longgar telah menjadi ciri khas budaya skating, dan daya tarik mode tersebut telah meluas jauh melampaui awalnya di California pada tahun 1970-an (Vans Off The Wall, n.d.).

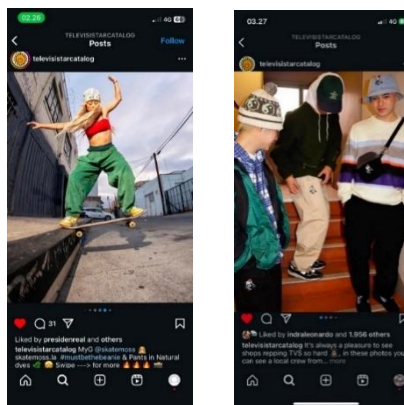
Lebih dari sekadar Avril Lavigne dengan lagu "Sk8er Boi", gaya *skater* adalah sebuah gerakan yang memengaruhi musik alternatif, seni visual, dan gaya hidup secara keseluruhan, dan mengubahnya dari sekadar tren sementara menjadi gaya hidup yang diterima oleh berbagai generasi. Ciri khas gaya *skater* terletak pada fleksibilitasnya yang menyerupai bunglon, melampaui batasan, dan menantang norma. Gaya *skater* telah berkembang dari sekadar tren sementara menjadi gaya hidup yang diterima oleh berbagai generasi. Komponen utama gaya skater termasuk jeans longgar, kaus oversized, sepatu *skate*, topi *trucker*, dan desain yang berani. Pakaian longgar menghormati sejarah olahraga *skateboard* yang menekankan kebebasan bergerak. Bayangkan celana jeans longgar, kemeja *oversized*, dan jaket longgar. Semua ini sangat penting bagi para *skater* karena mereka memungkinkan mereka untuk bergerak dengan nyaman dan memungkinkan mereka untuk

menunjukkan gaya pribadi mereka (The Fahionisto, 2024).

Celana *Baggy Jeans*, *Jorts*, *Logo Box Tee*, *Beanie* dan topi dikenal sebagai Produk Unggulan Televisi Star karena sangat erat kaitannya dengan citra para skater. Perusahaan ini, melalui akun Instagram-nya, secara aktif dan terus-menerus memamerkan produk andalannya dengan berbagai cara, seperti dengan mengunggah foto dan video yang menampilkan para *skater* dan *influencer*. Cara tersebut menjadi alasan utama meningkatnya kesadaran publik terhadap Televisi Star serta penemuan mode di kalangan anak muda dan khususnya olahraga *skateboard* yang tampaknya tidak pernah kehilangan popularitasnya.



Gambar 3.1 & 3.2 Contoh Postingan Celana Baggy Jeans & Jorts Televisi Star
Sumber: Instagram Televisi Star



Gambar 3.3 & 3.4 Contoh Postingan Produk Beanie & Topi dari Televisi Star
Sumber : Instagram Televisi Star

2. Trend Global & Urban Lifestyle

Selain digemari oleh kalangan penggemar *skateboard*, identitas pakaian ini pun sangat digemari orang kalangan anak muda masa kini, yang disebut juga sebagai *streetwear*. Terinspirasi oleh budaya *skateboard* dan hip hop, model *streetwear* pertama kali muncul sebagai gerakan bawah tanah di Amerika Serikat pada tahun 1980-an. Selanjutnya, hip hop menggabungkan tarian, musik, dan grafiti, dan skateboard memberikan semangat kebebasan dan keberanian. Kedua elemen ini bersatu untuk membentuk gaya hidup yang unik, yang menghasilkan tren *fashion streetwear* yang

terus berkembang hingga saat ini. Dengan demikian, ciri khas *streetwear*, hip-hop, dan *skateboard* mencakup pakaian kasual yang mengutamakan kenyamanan tetapi tetap mempertahankan unsur-unsur gaya.

Streetwear adalah gerakan budaya yang mewakili identitas dan rasa solidaritas, terutama di kalangan generasi muda. *Streetwear* bukan hanya sarana ekspresi diri dan bentuk perlawanan terhadap standar *fashion* konvensional. Semakin banyak kolaborasi antara merek *streetwear* dan artis dan musisi mengukuhkan hubungannya dengan budaya populer, bukan hanya berhubungan dengan hip-hop atau *skateboard*. Menggabungkan inovasi dan teknologi terbaru, ia terus berkembang. Dengan semakin banyak merek yang menerapkan praktik produksi etis dan menggunakan bahan ramah lingkungan, keberlanjutan semakin penting. *Streetwear* juga menjadi lebih inklusif dengan desain yang mencakup berbagai ukuran dan gender. *Streetwear* diperkirakan akan tetap menjadi tren utama yang menginspirasi generasi mendatang karena pengaruhnya yang besar di dunia *fashion* dan budaya. (Bolang, 2024)

3. *Celebrity Influencer*

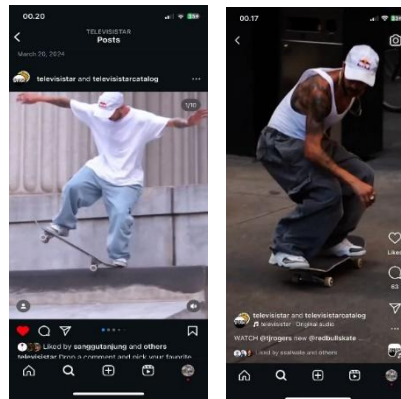
Influencer berperan sebagai variabel yang menunjukkan kemampuan untuk memengaruhi konsumen dan membentuk opini dalam rangka mempromosikan suatu produk melalui keterampilan promosi mereka. Kehadiran *influencer* berpotensi memberikan dampak positif bagi perusahaan, terutama dalam meningkatkan kesadaran merek dan meraih keuntungan yang lebih besar (Foong dan Yazdanifard, 2014: 37-40). Hal ini menegaskan bahwa *influencer* memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Brand Televisi Star, menjadi *brand* yang dikenal masyarakat dan menjadi pengaruh pada cara berpakaian anak muda melalui kolaborasi *Pro-Skateboarder* dan *Brand Skateboard* lainnya (Lim Siew Foong et al., 2014).

1) Tj Rogers

Ia adalah pemain *skateboard* profesional asal Perancis ini paling dikenal karena disponsori oleh Nike SB, Redbull, dan Blind. Ia mengunggah rekaman dirinya bermain *skateboard* di gudang dan di jalan kepada lebih dari 210.000 pengikutnya di Instagram. Pada bulan Desember 2013, ia mulai berpartisipasi dalam kompetisi amatir. Ia memulai kompetisi profesional pertamanya pada bulan Maret 2015 setelah finis di posisi kesebelas dalam kompetisi *Street World* 2014. Dan sekarang aktif menjadi *Brand Ambassador Televisi Star*, atau biasa disebut sebagai *riders* di dunia

skateboard.



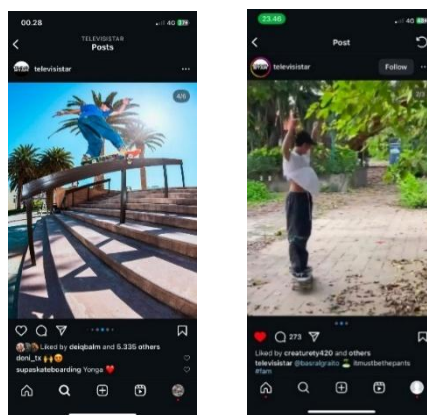
Gambar3.5 & 3.6 Video TJ Rogers sebagai Riders Televisi Star

Sumber : Instagram Televisi Star

Pada video tersebut memperlihatkan bagaimana TJ Rogers berpakaian Ketika bermain skateboard, yang dimana ia memakai Baggy Pants dari Televisi Star, Oversized Tee, Tank Top, dan juga Topi yang menjadikan identitas diri Tj Rogers dan juga para Skateboarder pada umumnya.

2) Basral Graitto

Basral adalah remaja yang namanya dikenal sebagai salah satu *skateboarder* muda dari Indonesia. Ia meraih banyak perhatian dari prestasi dan kehebatannya dalam bermain *skateboard*, salah satunya adalah menjadi juara pada ajang panggung internasional *SEA Games* tahun 2019, *skaters* terbaik dalam ajang *The Bunt Jam Meolbourne*, Australia, menjadi *riders* beberapa brand termasuk Televisi Star.



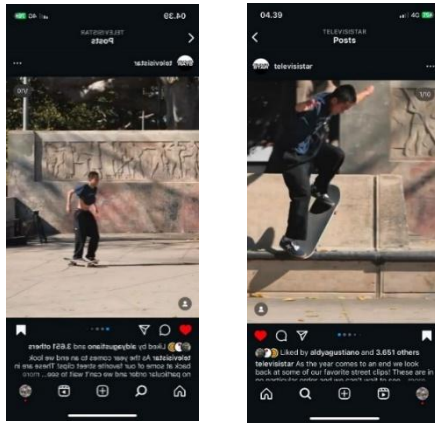
Gambar 3.7 & 3.8 Foto Basral sebagai Riders Televisi Star

Sumber : Instagram Televisi Star

Identitas Basral dalam foto tersebut ditandai dengan cara berpakaian yang khas dari budaya *skateboard*. Mencerminkan gaya kasual yang nyaman namun tetap *stylish*, menggunakan *Baggy Pants* Televisi Star, *T-Shirt*, sepatu *skate* dan juga topi.

3) Sanggoe Dharma Tanjung

Sanggoe adalah seorang *skateboarder* profesional asal Indonesia yang dikenal sebagai salah satu atlet *skateboard* terbaik di negara ini. Ia meraih banyak prestasi di tingkat nasional maupun internasional. Sanggoe mulai dikenal luas Ketika ia memenangkan kompetisi di ajang-ajang besar, termasuk *Asian Games* 2018 dan kejuaraan dunia lainnya.



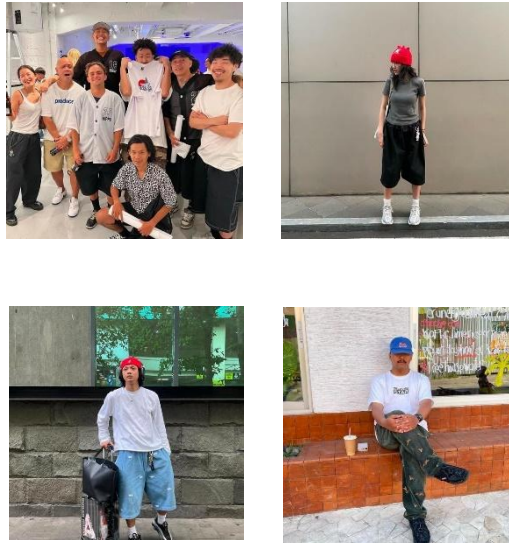
Gambar 3.9 & 3.10 Video Sanggoe Dalam Postingan Instagram Televisi Star
Sumber : Instagram Televisi Star

Dalam video tersebut juga diperlihatkan bahwa Sanggoe memakai *Baggy Pants* dari Televisi Star dan *basic T-Shirt* sebagai ciri khas budaya berpakaian *skateboarder*. Kombinasi ini tidak hanya bermanfaat untuk tujuan olahraga tetapi juga merupakan aspek visual dari seorang *skateboarder*. Dengan pakaian yang ia kenakan, Sanggoe sukses mewakili gaya hidup *skateboard*.

Sebagai platform media sosial, Instagram telah mengubah cara anak muda membeli, memilih, dan mengenakan pakaian. Instagram memungkinkan orang berbagi informasi, menyuarakan pendapat, dan menciptakan tren mode di seluruh dunia dengan berfungsi sebagai platform untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara online (Yasya et al., 2019). Brand awareness memainkan peran penting dalam membangun loyalitas terhadap merek. Melalui fitur seperti unggahan visual dan kolaborasi dengan influencer atau selebritas, Instagram meningkatkan pengenalan dan ingatan calon pembeli terhadap suatu merek. Anak muda dipengaruhi oleh konten yang diunggah oleh figur publik, yang menciptakan asosiasi merek yang unik, positif, dan relevan. Keputusan pembelian tidak hanya didorong oleh preferensi individu tetapi juga dipengaruhi oleh sikap sosial dan situasi yang ditampilkan di Instagram, menjadikan platform Televisi Star sebagai platform yang berpengaruh untuk generasi muda dalam dunia mode (Adhawiyah et al., 2019).

Hal ini terlihat dari bagaimana anak muda masa kini mengadopsi gaya berpakaian yang terinspirasi oleh brand televisi star, di mana tren fashion yang mereka tampilkan menjadi acuan dalam menentukan pilihan pakaian sehari-hari,

seperti yang ditunjukkan pada foto berikut.



**Gambar 3.11, 3.12, 3.13, 3.14 Contoh Pengaruh Brand Televisi Star Terhadap Cara Berpakaian Anak Muda
Sumber: Instagram**

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa promosi *brand* Televisi Star melalui Instagram memiliki dampak yang signifikan terhadap cara berpakaian anak muda masa kini, khususnya pada komunitas *skateboard*. Televisi Star berhasil memperkuat identitasnya dengan memanfaatkan ciri khas gaya *skateboarder*, seperti *baggy jeans*, *T-Shirt oversized*, *jorts*, topi, dan berbagai aksesoris lainnya yang termasuk kedalam tren *fashion* global seperti *streetwear*.

Streetwear yang terinspirasi dari budaya *skateboard* dan hip-hop telah berkembang menjadi gaya hidup yang dapat diterima secara luas oleh kalangan muda. Pengaruh *brand* Televisi Star dalam komunitas *skateboard* dan Masyarakat umum diperkuat dengan upaya kolaborasi dengan *pro-skateboarder* terkenal, *influencer*, dan juga *brand skateboard* terkenal lainnya.

Televisi Star meningkatkan kesadaran *brand* yang tinggi dan menginspirasi masyarakat untuk mengadopsi gaya hidup yang bebas dan kasual dengan ciri khas budaya ini. Kombinasi elemen budaya *skateboard*, identitas *streetwear*, dan dukungan *influencer* menjadikan *brand* ini berperan penting dalam pengaruh cara berpakaian anak muda masa kini.

DAFTAR PUSTAKA

Adhawiyah, Y. R., Anshori, M. I., & AS, F. (2019). PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI

- KESADARAN MEREK (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo). *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 267. <https://doi.org/10.35448/jte.v14i2.6530>
- Bolang, J. (2024, July 9). *Streetwear: Trend Fashion Pilihan Gen Z*. Manadopost.
- Crane, D. (2000). Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender and Identity in. Fashion and Its Social Agendas-University of Chicago Press Fashion and its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing. *Diana Crane English Historical Review*, 116(467), 48. <https://doi.org/10.1093/ehr/116.467>
- Etaks Store. (2024). *Asal Mula Televisi Star*. Instagram.
- Ganes, O. :, & Sadewo, E. (n.d.). MAKNA OLAHRAGA SKATEBOARD MENURUT ANGGOTA KOMUNITAS SKATEBOARD DI ARENA BMX DAN SKATE BOARD KOTA SURABAYA.
- Geoff, M., Di, M., Kebumen, K., & Arif, R. A. (n.d.). *Pengaruh Lifestyle, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Lokal* PENGARUH LIFESTYLE, BRAND IMAGE DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU LOKAL MEREK GEOFF MAX DI KABUPATEN KEBUMEN.
- Hermayan, R., & Yusup, E. (n.d.). NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial MAKNA GAYA HIDUP KOMUNITAS SKATEBOARD (PENDEKATAN FENOMENOLOGI ANGGOTA KOMUNITAS SKATEBOARD DI KOTA KARAWANG) 1. <https://doi.org/10.31604/jips.v9i5.2022.1721-1726>
- Lim Siew Foong, B., Yazdanifard, R., Siew Foong α, L., & Yazdanifard σ, R. (2014). Celebrity Endorsement as a Marketing Tool. *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc*, 14.
- Otero Brenda. (2024, September 18). *Dari Ecko ke DC: Kembalinya estetika "skate" yang tak terhentikan*. EL PAIS.
- Rahmadhan, M. P., & Yuliani, F. (n.d.). FASHION SEBAGAI MEDIA PEMBENTUK IDENTITAS PADA KOMUNITAS SKATEBOARD DI KOTA BENGKULU.
- The Fahionisto. (2024, November 12). *Skater Style: Nail Skate Fashion For The Perfect Look*.
- Vans Off The Wall. (n.d.). *WHY DO SKATERS WEAR BAGGY CLOTHING?*
- Yasya, W., Muljono, P., Seminar, K. B., & Hardinsyah, H. (2019). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN DUKUNGAN SOSIAL ONLINE TERHADAP PERILAKU PEMBERIAN AIR SUSU IBU. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 71. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1942>