

**PESAN KOMUNIKASI GAYA BERPAKAIAN PERKEMBANGAN TREND
FASHION**

(Analisis Isi pesan pada Akun Tik-Tok Urban Sneaker Society)



LEMBAR PERSETUJUAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Izzul Haq Khumaini
NIM : 202010040311335
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : "PESAN KOMUNIKASI GAYA BERPAKAIAN (URBAN SNEAKER SOCIETY) PERKEMBANGAN TREND FASHION (Analisis Isi pesan pada Akun Tik-Tok Urban Sneaker Society)"

Disetujui,
Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos, . M.A

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bawendang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Bulani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN



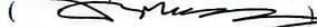
SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Izzul Haq Khumaini
202010040311335

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 28 Agustus 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Farid Rusman, M.Si.** ()
2. **M. Himawan Sutanto, M.Si** ()
3. **Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.** ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khajir Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

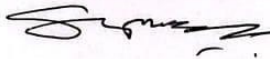
JUDUL SKRIPSI
PESAN KOMUNIKASI GAYA BERPAKAIAN PERKEMBANGAN TREND
FASHION
(Analisis Isi pesan pada Akun Tik-Tok Urban Sneaker Society)

Diajukan Oleh :

Izzul Haq Khumaini
202010040311335

Telah disetujui
Rabu/ 28 Agustus 2024

Pembimbing I



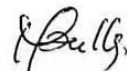
Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.

Wakil



Najamuddin Iqbalur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/VI/2024/FISIP-UMM/V/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Izzul Haq Khumaini
No. Induk Mahasiswa : 202010040311335
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : "PESAN KOMUNIKASI GAYA BERPAKAIAN (URBAN SNEAKER SOCIETY) PERKEMBANGAN TREND FASHION (Analisis Isi pesan pada Akun Tik-Tok Urban Sneaker Society)"

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 25 Juni 2024

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos. , M.A



Kampus I

Jl. Bumbung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Bulani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 682 009

Kampus III

Jl. Raya Tugomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Izzul Haq Khumaini

NIM : 202010040311335



Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

“PESAN KOMUNIKASI GAYA BERPAKAIAN (URBAN SNEAKER SOCIETY)
PERKEMBANGAN TREND FASHION
(Analisis Isi pesan pada Akun Tik-Tok Urban Sneaker Society)”

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 25 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Izzul Haq Khumaini



Kampus I

Jl. Burhanigala 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 466 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sidani No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tenggases No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL PESAN KOMUNIKASI GAYA BERPAKAIAN
(URBAN SNEAKER SOCIETY) PERKEMBANGAN TREND FASHION
(Analisis Isi pesan pada Akun Tik-Tok Urban Sneaker Society)

Oleh:

Nama : IZZUL HAQ KHUMAINI

NIM : 202010040311335

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 23 Juni 2024

Pembimbing I/Promotor

Sugeng Winarno, S.Sos., M.A

NIP. 10399110354



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Brawijaya 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Bulani No. 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 552 089

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Izzul Haq Khumaini
NIM : 202010040311335

Hasil Plagiasi : ^{16/8}

BAB I	20			
BAB II	13			
BAB III	12			

^{16/8}

BAB IV	7			
BAB V	4			
BAB VI	4			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 16 Agustus 2024

Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Izzul Haq Khumaini
2. NIM : 202010040311335
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : PESAN KOMUNIKASI GAYA BERPAKAIAN (URBAN SNEAKER SOCIETY) PERKEMBANGAN TREND FASHION (Analisis Isi pesan pada Akun Tik-Tok Urban Sneaker Society)
6. Pembimbing : Sugeng Winarno S. Sos., M. A
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
10/7/2023	Pengajuan dan konsultasi judul	
25/9/23	ACC Judul penelitian "PESAN KOMUNIKASI GAYA BERPAKAIAN (URBAN SNEAKER SOCIETY) PERKEMBANGAN TREND FASHION (Analisis Isi pesan pada Akun Tik-Tok Urban Sneaker Society)	
17/10/2023	Seminaar Proposal Skripsi	
25/10/2023	Konsultasi Bab I, II, III	
5/4/2024	ACC Penelitian	
14/4/2024	Konsultasi Bab V	
6/4/2024	Konsultasi Bab VI	
12/6/2024	Seminar Hasil	
18/6/2024	ACC sidang skripsi	

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos, M.A



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulaimi No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 582 050

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 484 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	rio	-	-
2	Fiqri Fauzi Fathoni Putra Arifin	202010040311202	Ilmu Komunikasi
3	seila salsa billa	202010040311350	Ilmu Komunikasi
4	Agvira Putri Ramadhina	202010040311317	Ilmu Komunikasi
5	Mohammad Nashir Muda	202010040311342	Ilmu Komunikasi
6	Reza Apriyana Putri	202010040311328	Ilmu Komunikasi
7	Aldi Mochamad Rahadian	202010040311352	Ilmu Komunikasi
8	Zaki Nur Ihsan	202010040311333	Ilmu Komunikasi
9	ZAMITA THUFAILA H	202010040311329	Ilmu Komunikasi
10	Diva Tsuraya	202010040311374	Ilmu Komunikasi
11	Hani Yulia	202010040311310	Ilmu Komunikasi
12	Abdul Khodir	202010040311038	Ilmu Komunikasi
13	Fadilla Yosa Riyadi	202010040311124	Ilmu Komunikasi
14	Hisyam A Gifary	202010040311084	Ilmu Komunikasi
15	Jalaludin Akbar	202010040311112	Ilmu Komunikasi
16	Aulia Riska P	202010040311395	Ilmu Komunikasi
17	AHMAD SYAHRUL AMIN	-	-
18	Saudia ilmi firdaus	202010040311337	Ilmu Komunikasi
19	Abim Dwi Agatan	202010040311343	Ilmu Komunikasi
20	Dimas Aunur Rochman	202010040311349	Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos, M.A

Malang, 23 Juni 2024
Dosen Penguji

Dr. Farid Rusman M.Si

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Dendangn Sutarni No 100 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 567 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 310 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

Media sosial dalam pertumbuhannya akan menjadi penyampai pesan paling cepat, bagi perkembangan teknologi media di Indonesia sehingga dapat memberikan kebutuhan masyarakat dalam hal sarana mendapatkan informasi baik edukasi, bisnis, *entertainment* dan hal lainnya. Pada masa ini, beberapa akun *new media* seperti Tik-Tok, menyuguhkan kebutuhan informasi dan perkembangan *Trend*, salah satunya akun Tik-Tok yang diikuti oleh banyak anak muda khususnya *millennial* dan *gen-z* di Indonesia yaitu *@urbansneakerssociety*. Penelitian ini membahas isi pesan dari Tik-Tok *Urban Sneakers Society* dan perkembangan trens fahion. Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial Tik-Tok sebagai media informasi seputar *fashion*, gaya berpakaian dan *item fashion* yang ada di Indonesia pada akun Tik-Tok dan menyita perhatian dengan melihat analisis isi konten digital sebagai media informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi dengan tipe penelitian kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data primer dari hasil pengkodean yang sesuai dengan kriteria (kategori) yang telah ditentukan oleh peneliti dan analisis isi online dan dokumentasi pada postingan Tik-Tok. Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder menggunakan studi pustaka dari buku dan jurnal serta artikel. Teori yang digunakan yaitu isi pesan oleh Rogers dan Shoemaker. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa setiap video dalam *playlist "owner spotlight"* membahas gaya berpakaian, *item fashion*, dan perkembangannya dalam *tren fashion* serta akun Tik-Tok *@urbansneakerssociety* menggunakan media sosial sebagai media informasi gaya berpakaian, *trend* dan *fashion* dengan pengemasan konten, yang *up to date* dan *releatable*. Konten-konten yang dimiliki oleh *@urbansneakerssociety* menerapkan teori isi pesan sehingga dapat memudahkan para pengikut untuk mencari informasi yang *up to date* dan *releatable*.

Kata kunci: analisis isi, kuantitatif, *trend*, Tik-Tok, *Urban Sneakers Society*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Ta'ala. yang telah memberikan banyak nikmat, terutama nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga proses pembuatan skripsi tentang analisis isi ini dapat penulis laksanakan dengan baik. Begitupun atas rahmat Allah Swt skripsi dengan judul pesan komunikasi gaya berpakaian (urban sneaker society) perkembangan trend fashion (analisis isi pesan pada akun tik-tok urban sneaker society) dapat penulis selesaikan dengan baik.

Penulis menyadari banyak pihak yang membantu dan berkontribusi dalam terselesaikannya skripsi ini. Segala bentuk bantuan, baik berupa dukungan moril dan materil sangat membantu penulis dalam mengumpulkan semangat dan keinginan untuk menyelesaikan studi. Dengan demikian penulis ucapkan terima kasih dengan ketulusan hati kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penulis selama menyusun skripsi ini, yakni kepada:

1. Bapak Sugeng Winarno, S.Sos, M.A selaku dosen pembimbing.
2. Semua Bapak dan Ibu pengajar program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Kedua orang tua saya tercinta Ibu Eni Setiyowati dan Alm ayah Bambang Suyitno, Fajar Maulana yang selalu memberikan dukungan materil dan moril untuk kelancaran saya tugas akhir skripsi saya.
4. Teman-teman terdekat saya selama perkuliahan yang selalu menghibur kontrakan *white house*, teman kos pak Suwarno, mendengarkan keluh kesah serta memberikan dukungan kepada saya.
5. Seluruh pihak-pihak yang nama dan jasanya tidak bisa saya sebut satu persatu.

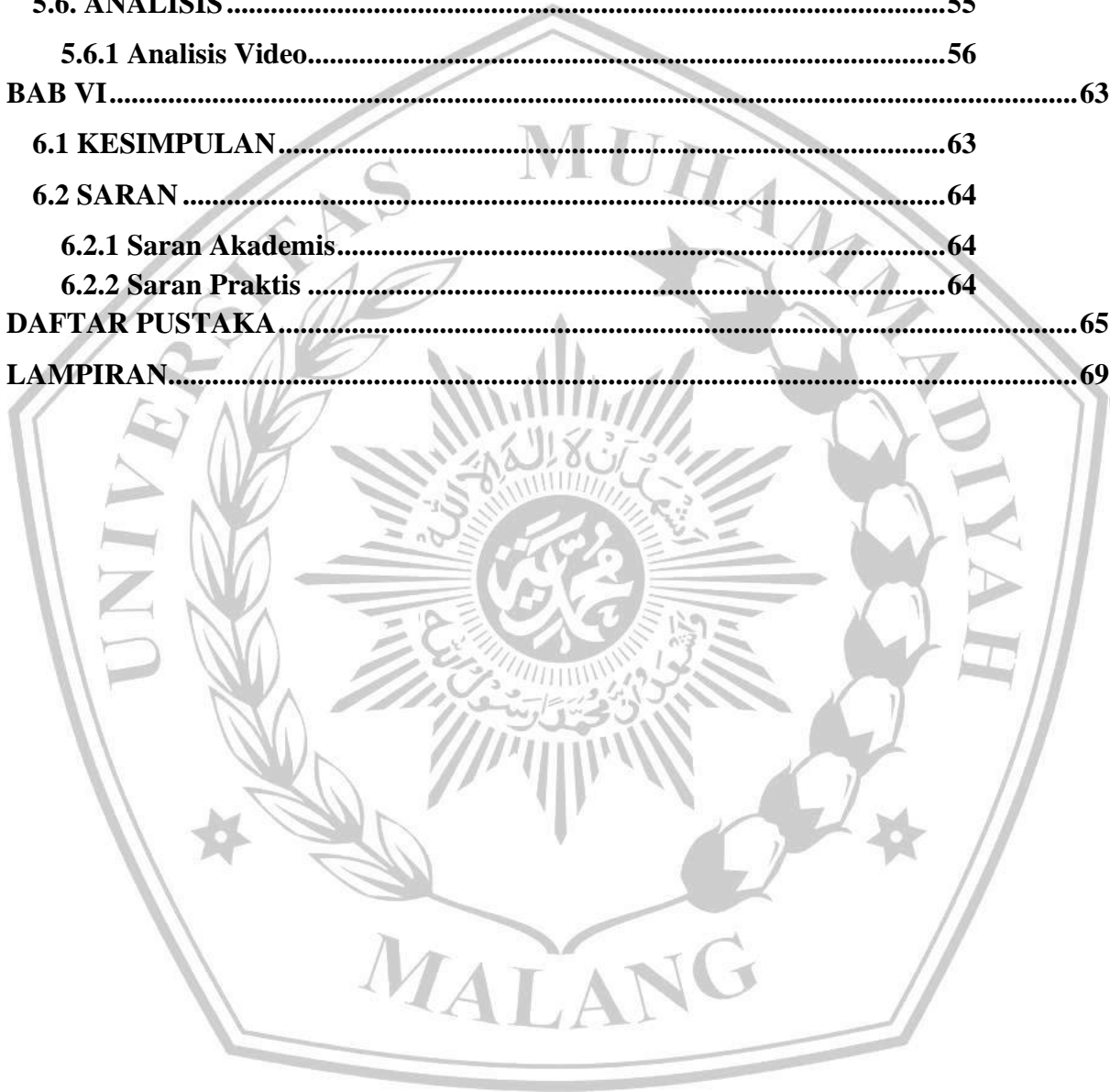
Semoga Allah Ta'ala memberikan pahala yang berlimpah atas segala bentuk bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Selain itu, penulis mengerjakan skripsi ini sebagai pertanggung jawaban kepada diri sendiri, orang tua dan Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis kemudian mengucapkan permohonan maaf jika selama proses penyusunan skripsi banyak melakukan kesalahan, baik berbentuk lisan maupun tulisan, yang dilakukan secara disengaja maupun tidak disengaja. Doa baik selalu bebrbalik doa baik.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	x
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II	6
2.1 Tik-tok sebagai Media Komunikasi Baru.....	6
2.2 Proses- Proses Komunikasi.....	9
2.3 Media komunikasi lama dan baru	10
2.4 Teori Isi Pesan	11
2.5 Teori <i>New Media</i>	11
2.6 Teknik-teknik komunikasi.....	12
2.7 Pakaian sebagai Pesan Komunikasi	12
2.8 Pesan Komunikasi Audio Visual.....	13
2.9 Platform media sosial.....	13
2.10 Interaksi komunikatif dalam Media Sosial.....	14

2.11 Tik-Tok.....	15
2.12 Fashion	16
2.13 Korelasi <i>Fashion</i> dan Media Sosial	16
2.14 Penelitian Terdahulu.....	17
2.15 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III.....	20
Metode Penelitian	20
3.1 Pendekatan Penelitian.....	20
3.2 Tipe Penelitian	20
3.3 Objek Penelitian	20
3.6 Satuan ukur	21
3.7 Metode Pengambilan Data	21
3.8 Kategorisasi.....	22
3.8.1 Kategori Fashion	22
3.8.2 Kategori Gaya berpakaian	22
3.8.3 Kategori Vintage Style	23
3.8.4 Kategori Preppy Style	23
3.8.5 Kategori Bohemian Style	23
3.8.6 Kategori Chic Style.....	24
3.8.7 Kategori Casual Style.....	24
3.8.8 Kategori Street Style	25
3.9 Desain Penelitian	25
3.9.1 Unit Analisis	25
3.9.2 Unit Tematik	26
3.9.3 Unit Pencatatan	26
3.10 Tahap Metode Analisis Isi	27
3.11 Metode Pengumpulan Data	27
3.12 Metode Analisis Data	28
3.12.1 Uji Validitas	28
3.12.2 Uji Reliabilitas Coder	29
3.13.3 Uji Reliabilitas Holsti	30
BAB IV	32
4.1 <i>Trend fashion</i> di Indonesia	32
4.2 <i>Urban Sneaker Society</i>	32
4.3 <i>USSFeed</i>	33
4.3.1 KONTEN AKUN	35
BAB V	41

5.1 KONTEN VIDEO	41
5.2 ANALISIS DATA.....	41
5.3 HASIL	41
5.4 GAYA BERPAKAIAN	43
5.4.1 KATEGORI GAYA BERPAKAIAN	44
5.5 ANALISIS KATEGORI GAYA BERPAKAIAN	50
5.6. ANALISIS.....	55
5.6.1 Analisis Video.....	56
BAB VI.....	63
6.1 KESIMPULAN.....	63
6.2 SARAN.....	64
6.2.1 Saran Akademis.....	64
6.2.2 Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kriteria Penelitian.....	28
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 5. 1 Hasil Distribusi Gaya Berpakaian Urban Sneaker Society	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar Bagan 2. 1	15
Gambar Bagan 2. 2	19
Gambar 4. 1 Tik-Tok Urban Sneakers Society	32
Gambar 4. 2 Website USSFeed.....	33
Gambar 4. 3 Website USSFeed.....	34
Gambar 4. 4 Poster Event USS	35
Gambar 4. 5 Video 1	36
Gambar 4. 6 Video 2	36
Gambar 4. 7 Video 3	37
Gambar 4. 8 Video 4	37
Gambar 4. 9 Video 5	38
Gambar 4. 10 Video 6	38
Gambar 4. 11 Video 7	39
Gambar 4. 12 Video 8.....	39
Gambar 4. 13 Video 9	40
Gambar 5. 1 Cardigan.....	44
Gambar 5. 4 Cardigan.....	44
Gambar 5. 3 Cardigan.....	44
Gambar 5. 2 Knitwear	44
Gambar 5. 5 Busana formal, seragam	45
Gambar 5. 6 Celana chino.....	45
Gambar 5. 7 Sweater rajut.....	45
Gambar 5. 8 Sepatu loafers.....	45
Gambar 5. 9 Berwarna earthy tone.....	45
Gambar 5. 10 Berwarna earthy tone.....	46
Gambar 5. 11 bermotif, longgar, tekstur, alami dan berlapi-lapis	46
Gambar 5. 12 Campuran antara motif aksesoris yang menjadi ciri khas	46
Gambar 5. 13 Campuran antara motif aksesoris yang menjadi ciri khas	46
Gambar 5. 14 Menggunakan rajut.....	47
Gambar 5. 15 Kombinasi warna netral	47
Gambar 5. 16 Kombinasi warna netral	47
Gambar 5. 17 Celana jeans	48

Gambar 5. 18 Kemeja lengan pendek atau panjang	48
Gambar 5. 19 Shortpant.....	48
Gambar 5. 20 Sneakers.....	48
Gambar 5. 21 Jaket kulit atau jeans	49
Gambar 5. 22 Kaos bergambar graffiti	49
Gambar 5. 23 Jaket yang memliki ukuran oversize	49
Gambar 5. 24 Sneakers.....	50
Gambar 5. 25 Sneakers.....	50
Gambar 5. 26 T-Shirt	51
Gambar 5. 27 T-shirt	51
Gambar 5. 28 Celana chino.....	52
Gambar 5. 29 Celana chino.....	52
Gambar 5. 30 Sepatu loafers.....	52
Gambar 5. 32 Acecoris yang digunakan	53
Gambar 5. 31 Pakaian bohemian style	53
Gambar 5. 33 Chic style	54
Gambar 5. 34 T-shirt bergambar graffiti.....	54
Gambar 5. 35 Jaket berukuran oversize.....	54
Gambar 5. 36 Shortpant.....	57
Gambar 5. 37 T-shirt.....	57
Gambar 5. 38 Sneakers.....	57
Gambar 5. 39 Sneakers.....	57
Gambar 5. 40 T-shirt	58
Gambar 5. 41 Sneakers.....	58
Gambar 5. 42 T-shirt	58
Gambar 5. 45 T-shirt	59
Gambar 5. 43 Sneakers.....	59
Gambar 5. 44 Sneakers.....	59
Gambar 5. 46 T-shirt	60
Gambar 5. 47 Jaket oversize	60
Gambar 5. 48 Loose shirt	60
Gambar 5. 49 Knitwear	61
Gambar 5. 50 Cardigan.....	61
Gambar 5. 51 Busana atau seragam	61

Gambar 5. 52 Celana chino.....61
Gambar 5. 53 Sepatu loafers.....62
Gambar 5. 54 Warna netral.....62
Gambar 5. 55 Jenis kain yang bertekstur.....62



DAFTAR PUSTAKA

- Ardini, P. P. (2015). Pengaruh Dongeng dan Komunikasi Terhadap Perkembangan Moral Anak Usia 7-8 Tahun. *Jurnal Pendidikan Anak*, 1(1). <https://doi.org/10.21831/jpa.v1i1.2905>
- Arenggoasih, W. (2017). PENGARUH BRAND COMMUNICATION, SERVICE QUALITY DAN BRAND PERSONALITY ANGGOTA DEWAN TERPILIH MELALUI BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PEMILIH (Studi Partai Politik Gerindra). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 123. <https://doi.org/10.14710/interaksi.5.2.123-135>
- Avenue, K. (n.d.). *apa-itu-sneakers-ketahui-definisi-manfaat-dan-jenisnya @ www.kickavenue.com*. Kickavenue.Com, <https://www.kickavenue.com/kickavenews/apa-itu-sneakers-ketahui-definisi-manfaat-dan-jenisnya>
- Cindy mutia annur. (2023). Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Tembus-213-Juta-Orang-Hingga-Awal-2023 @ Databoks.Katadata.Co.Id. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- Deni, S., Deni, A., Badjodah, A., Kristanto, B., Fitriani, N., Mantoti, A., Husen, M., Hulahi, E., Musa, S. S., Djaguna, A. A., Hermanto, A., & Fitriani, R. N. (2023). *DEMOKRASI & KOMUNIKASI POLITIK* (Issue April).
- Deriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jisip*, 7(2), 77.
- Fauzobihi, F., & Saadah, I. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi pada PT. KAO Chemical Indonesia. *JUPE : Jurnal Pendidikan Mandala*, 7(4), 1069–1074. <https://doi.org/10.58258/jupe.v7i4.4497>
- Fitriani, A. (2018). Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah. *Trabalho de Conclusão de Curso*, 1(9), 1–10. <http://repository.uinjkt.ac.id/>
- Geograf, I. (n.d.). *Pengertian Kaos: Definisi dan Penjelasan Lengkap Menurut Ahli*. 27 Mei 2024. <https://geograf.id/jelaskan/pengertian-kaos/>

- Goncalves, S. F. S. (2018). Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Di Gajayana TV. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2), 150–157.
- Hartifiandy, P. (2019). *tiktok-bukan-media-sosial-lho @ ameera.republika.co.id*.
<https://ameera.republika.co.id/berita/pzciyc328/tiktok-bukan-media-sosial-lho>
- Hasintongan, I. (2019). *Analisis isi kanal youtube uss (urban sneakers society) feed tahun 2019*. 1–8.
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). *FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI*. 6(2), 25–32.
- Hootsuite. (n.d.). *digital-2020-social-media-use-spans-almost-half-global-population @ www.hootsuite.com*. Hootsuite.Com. <https://www.hootsuite.com/newsroom/press-releases/digital-2020-social-media-use-spans-almost-half-global-population>
- I Gusti Agung Ngurah Agung Yudha Pramiswara. (2020). Komunikasi Nonverbal Gaya Berpakaian (Style) Dalam Subkultur Punk. *Komunikasi Nonverbal Gaya Berpakaian (Style) Dalam Subkultur Punk*, 1(1), 74–84.
- Jastro, E. (2010). *Kajian Perahu Tradisional Nusantara Di Museum Bahari, Jakarta Utara*. 148. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20161029>
- Khairani, N. R. (2019). PENGARUH TERPAAN BERITA KERUSUHAN PAPUA DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP CITRA POLISI DALAM PENANGANAN KERUSUHAN PAPUA DENGAN DIDAHULUI PERSEPSI TENTANG DETIK.COM PADA MASYARAKAT KECAMATAN TAMBAKSARI KOTA SURABAYA. *Komunikasi Science*, 8(5), 55.
- Krippendorff, K. (1980a). *Analisis Isi (Teori dan Metodologi)*.
- Krippendorff, K. (1980b). No Title. *Analisis Isi Metodologi Penelitian*, 135.
- Kriyantono, R. (2006). teknik praktis riset komunikasi. In *Hukum Perumahan*.
https://books.google.co.id/books?id=t3zPqTnRjX0C&dq=wrong+diet+pills&source=gbs_navlinks_s
- Kumaran.com. (n.d.). *perbedaan-celana-chino-dan-jeans-jangan-salah-pilih-1yzqEXPJJg0 @ kumaran.com*. Kumaran.Com. <https://kumaran.com/hello-ladies/perbedaan-celana-chino-dan-jeans-jangan-salah-pilih-1yzqEXPJJg0/3>
- Lifestylekompas.com. (n.d.). *bagaimana-aturan-memakai-sepatu-loafers-resmi-atau-kasual- @ lifestyle.kompas.com*. Kompas.Com.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2024/01/22/151500720/bagaimana-aturan-memakai-sepatu-loafers-resmi-atau-kasual-?page=all>

- Maksudi, I. A. R. dan B. I. (2018). The role of social media in the improvement of selected participation of students based on students in bogor regency. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 20(2), 154–161.
- MEGA. (2022). KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DALAM PENGELOLAAN HUBUNGAN PASANGAN LONG DISTANCE RELATIONSHIP (LDR) DI MASA PANDEMI COVID-19 SKRIPSI. *Komunikasi Science*, 7(1), 1–8.
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9>
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017>
<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674>
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/1191>
- Mumtaz Safika Zayyan, S., & Saino. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen*, Vol 13(No 2), 282–291.
- NapoleonCAT. (n.d.). *Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2023*. NapoleonCat.Com.
<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/01/>
- Nazjar Sakinah, Dimas Mega Nanda, T. (2022). Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial*, 01, 32–38.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167.
<https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Pratiwi, W., & Rahanatha, G. (2016). Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(12), 254297.
- Putri, V. K. M. (n.d.-a). *media-baru--pengertian-dan-contohnya @ www.kompas.com*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2024/03/16/100000769/media-baru--pengertian-dan-contohnya>
- Putri, V. K. M. (n.d.-b). *media-lama-old-media---pengertian-dan-contohnya @ www.kompas.com. Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2024/03/08/090000369/media-lama-old-media---pengertian-dan-contohnya>
- Riyanto, A. D. (n.d.). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. 17 Juni 2020.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207.

<https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8093>

Santika, E. f. (n.d.). *kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka @ databoks.katadata.co.id*. 27 September 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>

Setiaji Fajar, H. T. (n.d.). *POLA KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING LEWAT GAYA BERPAKAIAN*.

Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.

Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>

USS, F. (n.d.). <https://ussfeed.com/aboutus-ussfeed/>. <https://ussfeed.com/aboutus-ussfeed/>

Widiastuti, H. (n.d.). *mengenal-teknik-teknik-komunikasi-menurut-onong-uchjana-effendy @ kids.grid.id*. Kids.Grid.Id. <https://kids.grid.id/read/473925590/mengenal-teknik-teknik-komunikasi-menurut-onong-uchjana-effendy?page=all>

Yanuar, E. R. (n.d.). *Kembali Digelar, USS 2023 Hadirkan Sneakers Eksklusif dan Promo Spesial*. MEDCOM.ID. <https://www.medcom.id/gaya/your-fashion/Rb1YEOAb-kembali-digelar-uss-2023-hadirkan-sneakers-eksklusif-dan-promo-spesial>

Yen fatahila. (n.d.). *kenali-6-jenis-style-dalam-fashion-yang-sering-digunakan @ www.atome.id*. In *atome.id*. <https://www.atome.id/blog/kenali-6-jenis-style-dalam-fashion-yang-sering-digunakan>

Yunitasari, C., & Japarianto, E. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–8.