
Representasi Gaya Hidup Modern dalam Media Sosial *Instagram* @tantrinamirah

Zulfa Triwahyuningsih

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
zulfatrw@gmail.com

Said Romadlan

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

Wininda Qusnul Khotimah

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
Winyninda@uhamka.ac.id

Abstract

Modern lifestyle is an attitude, personality, and what of the behaviors that correspond with the demands of the developments of the times. This occurred because of an awareness of man within him to keep on studying in the middle of the development of the world. The research is a cultural studies to uncover the representation of modern lifestyle as popular culture. In which this case, a culture that is featured in popular culture instagram accounts is habitual activities that can be enjoyed by all men were fashion, care of the body and interests that become their needs. What was used in the study is a methodological analysis logician Ferdinand de Saussure to display lifestyle forms of modern in instagram @tantrinamirah account, through signifier and signified in the instagram account. The results of research on lifestyle modern in social media instagram @tantrinamirah, find the form of modern lifestyle which includes fashion, the choice of food and drink, the tourist area of the hobbies and grocery products. The factors that determine lifestyle modern in social media instagram @tantrinamirah, of them: the image of themselves, consisting of a style of dress is fashionable, a healthy lifestyle, interest in exclusivity culture and the factors. There is also the ideology of the practices, with this incidence of these signs in stuff used their phenomena and into a theme in the community. To create a culture consumer, in which content word that continues to displayed will affect the act of. The use of branded become a legal attitude on fashion, that shows their interest in product fancy.

Keywords: *Cultural Studies, Instagram, Lifestyle, Modern and Semiotics*

Abstrak

Gaya hidup modern merupakan suatu sikap, kepribadian, perbuatan serta tingkah laku yang sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman. Hal ini terjadi karena adanya kesadaran dalam diri manusia untuk terus belajar di tengah perkembangan dunia. Penelitian ini merupakan kajian *cultural studies* yang bertujuan untuk mengetahui representasi gaya hidup modern sebagai budaya populer. Di mana dalam hal ini, budaya yang ditampilkan dalam akun *instagram* tersebut adalah

kebudayaan populer yang berkaitan dengan kegiatan keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang seperti *fashion*, perawatan tubuh dan minat yang menjadi kebutuhannya. Secara metodologis penelitian ini menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure untuk menampilkan bentuk-bentuk gaya hidup modern dalam akun *instagram* @tantrinamirah, melalui tanda, penanda dan petanda yang ada di dalam akun *instagram* tersebut. Hasil penelitian mengenai gaya hidup modern dalam media sosial *instagram* @tantrinamirah, menemukan bentuk gaya hidup modern yang meliputi busana, pilihan makanan dan minuman, kawasan wisata, hobi dan produk belanjaan. Faktor-faktor yang menentukan gaya hidup modern dalam media sosial *instagram* @tantrinamirah, di antaranya: Citra diri, terdiri dari gaya berpakaian yang *fashionable*, gaya hidup sehat, minat terhadap eksklusifitas dan faktor kebudayaan. Ditemukan pula praktik ideologi, dengan ditemukan adanya tanda-tanda tersebut dalam barang-barang yang digunakan menjadi sebuah fenomena dan *trend* di kalangan masyarakat. Sehingga menciptakan suatu budaya konsumen, di mana konten yang terus ditampilkan akan mempengaruhi tindakan. Penggunaan pada *fashion branded* menjadi hal biasa, yang menunjukkan minat mereka terhadap produk mewah.

Kata Kunci: *Cultural Studies*, Gaya Hidup, *Instagram*, Modern, Semiotika.

Pendahuluan

Internet menjadi satu dari sekian teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh khalayak luas. Jika pada era sebelumnya *face to face communication* adalah satu-satunya cara yang digunakan untuk berinteraksi sosial, namun lain halnya dengan era digital seperti sekarang ini di mana masyarakat lebih memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana untuk berkomunikasi. Interaksi antar individu memiliki tujuan yaitu sebagai pemenuhan kebutuhan hidup manusia, seperti kebutuhan jasmani ataupun rohani.¹ Setiap individu pasti memerlukan informasi yang merupakan bagian ketentuan dalam menjalani kehidupan serta dijadikan sebagai pendukung dalam melakukan kegiatan. Dengan demikian, maka internet tentunya sangat bermanfaat untuk pemenuhan akan kebutuhan informasi tersebut.

Perkembangan teknologi melaju begitu pesat memasuki seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari sosial, budaya, ekonomi bahkan politik. Maka dapat disimpulkan bahwa teknologi kini menjadi hal yang tidak bisa dilepaskan begitu saja dari kehidupan manusia.²

Hal ini memungkinkan timbulnya suatu perubahan atau konvergensi. Konvergensi media merupakan suatu penggabungan dari berbagai media serta teknologi yang meliputi informasi, gambar, audio, video dan lain sebagainya, sehingga berbagai jenis konten apapun dapat dikonsumsi oleh berbagai *platform* media³. Dari sisi perangkat media, era media baru atau new media juga ditandai dengan yang disebut konvergensi media⁴. Dalam

¹ Shiefti Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2016), 1.

² Mohamad Zein, *Panduan menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*, (Penerbit Mohamad Fadhilah Zein, 2019), 7-8.

³ <http://www.kombinasi.net/konvergensi-media/>.

⁴ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 276.

media baru lebih mengarah pada media internet yang meliputi teks, audio, visual yang disimpan ke dalam format digital. Dengan demikian, media baru juga dapat disebut ke dalam bagian komunikasi massa, karena sifatnya yang umum dan pesan yang disampaikan dapat tersebar ke khalayak luas.

Media baru telah mendorong hadirnya berbagai media sosial, seperti *Instagram*, *Youtube*, *Twitter*, *Facebook* dan lainnya. Mengutip dari KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) media sosial merupakan laman atau aplikasi yang digunakan oleh para penggunanya dalam membuat dan berbagi konten melalui jaringan sosial. Media sosial dijadikan sebagai alat guna meningkatkan kemampuan yang dimiliki oleh pengguna dalam berbagi (*to share*), berkolaborasi (*to cooperate*), dengan individu yang satu dan lainnya⁵. Bukan hal yang asing apabila saat ini begitu banyaknya selebgram yang berlomba-lomba agar menjadi terkenal di media sosial, agar postingan yang diunggahnya dilihat dan diperhatikan oleh pengguna lainnya⁶. Maka dapat disimpulkan bahwa *instagram* kini menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan sebagai tempat eksistensi diri.

Berdasarkan hasil survei data statistik yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019-2020 mengemukakan bahwa *platform* media sosial yang paling banyak dikunjungi yaitu *Facebook* (65,8%), *Youtube* (61,0%), *Instagram* (42,3%), *Twitter* (10,0%)⁷. Dari hasil survei tersebut dapat disimpulkan bahwa *instagram* menempati urutan ketiga sebagai media sosial yang paling sering dikunjungi oleh pengguna Indonesia per-tahun 2020, hal tersebut juga diyakini bahwa setiap tahunnya akan mengalami jumlah peningkatan pengguna.

Secara umum, salah satu tujuan dari *instagram* yaitu tempat bagi seseorang atau pengguna untuk membagikan kegemarannya kepada khalayak seperti dengan mempublikasikan kegiatan, barang yang dimiliki, dan tempat yang dikunjungi ke dalam bentuk foto ataupun video. Dengan kata lain hal tersebut merupakan bentuk eksistensi seseorang yang dibagikan melalui *platform instagram*, dengan begitu secara tidak langsung hal tersebut dijadikan sebagai ajang untuk pamer.⁸

Hal ini tentunya membuat *instagram* memiliki peranan yang cukup besar terhadap kemajuan gaya hidup modern, membuat masyarakat menjadikan *instagram* sebagai sarana dalam memperoleh informasi untuk mengikuti gaya hidup modern seperti apa yang ditampilkan oleh selebgram yang diikuti. Selebgram merupakan istilah bagi seseorang yang memiliki kepopuleran serta memiliki banyak pengikut (*followers*) di akun *instagram*. Dalam hal ini biasanya mereka menghadirkan berbagai konten kreatif yang dapat menarik perhatian para pengikutnya. Selebgram dianggap memiliki peranan yang cukup besar terhadap gaya hidup seseorang, karena sebagian besar apa yang ditampilkan oleh para selebgram dianggap memiliki pengaruh untuk pengikutnya.

Hadirnya media sosial *instagram* saat ini menjadi sebuah fenomena bagi para selebgram untuk mengekspresikan dirinya melalui gaya hidup yang ditonjolkan dalam setiap postingan. Salah satu selebgram di Indonesia yang populer yaitu @tantrinamirah. Pemilihan pada akun *instagram* @tantrinamirah dengan pertimbangan pemiliknya

⁵ Ilona Situmeang, *Media Konvensional dan Media Online*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), 68.

⁶ Ibid, hlm. 68-69

⁷ <http://apjii.or.id>

⁸ Ilona Situmeang, *Media Konvensional dan Media Online*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), 1.

merupakan orang yang cukup berpengaruh terhadap gaya hidup modern saat ini. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai artikel yang kerap kali memuat gaya hidup yang dilakoni ataupun *style fashion* ala Tantri Namirah, dimana dalam hal ini @tantrinamirah dikenal sebagai *influencer* yang kerap kali menginspirasi dengan gayanya yang *playful* dan *colorful*, selain itu pemilihan pada akun *instagram* tersebut juga merupakan akun *instagram* yang memiliki *followers* dengan jumlah ratusan ribu.

Gaya hidup saat ini seolah-olah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari struktur sosial masyarakat modern. Masyarakat modern memiliki *lifestyle* untuk melakukan kegiatan komunikasi. Dalam masyarakat modern, gaya hidup (*lifestyle*) memberi definisi terkait dengan sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta kedudukan seseorang⁹. Dalam masyarakat modern hal ini dikonotasikan sebagai individualisme, ekspresi diri dan kesadaran diri guna bergaya. Nilai yang diangkat dalam kehidupan modern saat ini yaitu sebagai bentuk pencarian serta pemuasan hasrat diri.

Dari berbagai kajian yang telah dilakukan, para pengikut dari perspektif *cultural studies* pada umumnya sepakat bahwa di era masyarakat modern, peran informasi menjadi sangat strategis, terlebih dalam membentuk gaya hidup, selera dan juga cita rasa melalui berbagai media massa¹⁰.

Secara umum gaya hidup modern erat kaitannya dengan budaya populer yang disertai dengan dinamika kehidupan saat ini. Stuart Hall¹¹ memberikan penjelasan mengenai budaya pop yaitu sebagai ruang di mana hegemoni hadir dan berlangsung. Ia bukanlah ranah di mana sosialisme, sebuah kultur sosialis –yang telah terbentuk seutuhnya– dapat dengan sungguh-sungguh ‘diperlihatkan’. Akan tetapi, adalah salah satu ruang di mana sosialisme kemungkinan diberi legalitas. Itulah sebabnya ‘budaya pop’ menjadi suatu yang pokok.

Di mana dalam hal ini dapat dikatakan bahwa budaya populer lebih banyak mempertunjukkan sisi hiburan, yang kemudian hal tersebut dapat mengarah kepada hal yang konsumtif. Menurut Richard Dyer mengatakan bahwa hiburan merupakan suatu kebutuhan bagi masyarakat yang telah dipengaruhi oleh struktur kapitalisme. Kapitalisme tidak melulu mengenai proses ekonomi, namun juga dianggap sebagai suatu peradaban yang bermula pada ideologi yang kemudian mencerminkan suatu “gaya hidup”.

Cultural studies banyak memusatkan pada persoalan-persoalan yang cukup dekat dengan keseharian kita seperti representasi, rutinitas hidup, keterampilan, identitas, kekuasaan bahkan perilaku sehari-hari dari suatu populasi dan lain sebagainya¹². *Cultural studies* memiliki kedudukan yang penting bagi produksi serta reproduksi hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari¹³. Aspek terbesar dalam *cultural studies* terpusat pada persoalan tentang representasi, yaitu bagaimana suatu dunia dikonstruksi dan direpresentasikan oleh orang. Dengan demikian, unsur utama *cultural studies* yaitu mengenai kebudayaan yang merupakan praktik pemaknaan dari representasi.

⁹ Retno Hendariningrum, M. Edy Susilo, “Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, (2008) hlm 25-32, <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/38>

¹⁰ Rahma Sugihartati, *Membaca Gaya Hidup dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 30.

¹¹ John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), 3.

¹² Agnes Setyowati, *Cultural Studies Sebuah Pengantar*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019), 6.

¹³ John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), 2-3.

Stuart Hall¹⁴ mendefinisikan representasi sebagai satu dari sekian praktik utama yang memunculkan kebudayaan. Kebudayaan memiliki konsep yang begitu luas, kebudayaan membahas mengenai “pengalaman berbagi”. Seseorang dapat disebut berasal dari sebuah kebudayaan yang sama apabila orang-orang tersebut saling berbagi pengalaman yang serupa, berbagi norma-norma kebudayaan yang serupa, berbicara dalam “bahasa” yang serupa serta saling berbagi pikiran yang serupa pula.

Berdasarkan pada aspek-aspek gaya hidup modern yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam hal ini peneliti akan membatasi konsep gaya hidup modern yang akan digunakan sebagai bahan analisis dalam akun *instagram* @tantrinamirah, berdasarkan pada: (1) Busana, (2) Pilihan makanan dan minuman, (3) Kawasan Wisata, (4) Hobi dan (5) Produk Belanjaan. Di mana hal tersebut didasari dengan melihat postingan yang ditampilkan dalam akun *instagram* @tantrinamirah. Berdasarkan pada fenomena yang terjadi saat ini, membuat peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Representasi Gaya Hidup Modern dalam Media Sosial *Instagram* @tantrinamirah”.

Metodologi penelitian

Metode yang digunakan adalah analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Menurut Saussure semiotika merupakan ilmu yang membahas mengenai peran tanda yang merupakan bagian dari kehidupan sosial; dimana ilmu ini meneliti hakikat tanda serta hukum yang mengatur tanda¹⁵. Ferdinand de Saussure memberikan pengertian terkait dengan tanda serta menguraikan tanda bahasa ke dalam dua unsur yang membangunnya: “*The linguistic sign unites, not a thing and a name, but a concept and a sound-image*” tanda bahasa tidak menyatukan sesuatu ataupun sebuah nama, akan tetapi mengenai suatu konsep dan suatu citra-bunyi. Berdasarkan dari definisi tersebut, telah membentuk tanda ke dalam dua unsur (konsep dan imaji-bunyi), yang menyatu menjadi sebuah satu kesatuan, yaitu sebuah tanda. Saussure menggunakan istilah *penanda* untuk imaji-bunyi sedangkan *petanda* untuk konsep atau makna¹⁶.

Unit analisis dalam penelitian ini meliputi gambar-gambar serta video yang diunggah pada media sosial *Instagram* @tantrinamirah. Peneliti akan meneliti bagaimana akun *Instagram* @tantrinamirah memperlihatkan realitas gaya hidup modern melalui sebuah postingan, mulai dari bulan Juni 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021.

Wawancara mendalam dijadikan sebagai teknik pengumpulan data oleh peneliti yaitu untuk memperoleh data berupa pernyataan ataupun pendapat yang berkaitan dengan hal-hal yang ingin ditanyakan dan diketahui peneliti seputar gaya hidup modern yang ditampilkan oleh @tantrinamirah. Wawancara ini dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian, adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu:

¹⁴ Sandi S. Hasan, *Pengantar Cultural Studies*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 67.

¹⁵ Kahfie Nazaruddin, *Pengantar Semiotika*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 3.

¹⁶ Kahfie Nazaruddin, *Pengantar Semiotika*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 10.

1. Tantri Namirah, selaku narasumber kunci
2. Budiawan, S.S., M.A., Ph.D. selaku ahli budaya, staf pengajar di Program Studi Kajian Budaya dan Media Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada dan Ryan Sugiarto, S.Psi., M.A. selaku ahli kebudayaan/sosial, dosen psikologi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
3. *Followers* atau pengikut dari akun *instagram* @tantrinamirah.

Wawancara ini ditujukan agar peneliti dapat memperoleh informasi serta data untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis serta memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.



Hasil Dan Pembahasan

Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure

Penelitian ini mengkaji berbagai jenis unggahan pada Instagram @tantrinamirah yang meliputi gaya berbusana, pilihan makanan dan minuman, tempat berlibur, hobi, hingga produk belanja. Hasil penelitian tersebut disajikan dalam bentuk tabel sesuai dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure yakni pada aspek Tanda, Penanda, dan Petanda. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Gaya Hidup Modern

Gaya Hidup	Tanda	Penanda	Petanda
Busana 	<i>Outfit</i> dengan kemeja bermotif, dilapisi baju berwarna kuning yang dipadukan dengan celana kotak-kotak, serta topi dan dua buah tas yang diapit. Dengan latar belakang gedung yang didominasi unsur kaca.	Topi, jilbab berwarna hitam, kemeja bermotif dengan lapisan kaus berwarna terang, tas yang disampirkan di bahu dengan mengapit <i>paper bag</i> di sisi lengannya serta paduan celana bermotif kotak-kotak. Dengan latar belakang gedung berdominasi kaca.	Kemeja dengan unsur motif bunga yang menggabungkan antara unsur modern, kelas dan citra rasa manis. Memberikan kesan berkelas dan elegan, terlebih dengan lapisan kaus berwarna kuning yang dimaknai sebagai keceriaan, kesenangan dan energi. Membuat penampilan terlihat <i>standout</i> .
Pilihan Makanan dan Minuman	Secangkir gelas yang	Sebuah sendok,	Sebuah jenis kopi

	<p>berisi minuman jenis kopi, yang disajikan dengan kombinasi antara kopi dan susu serta sebuah <i>art</i> di atasnya.</p>	<p>cangkir dan alasnya yang berisi minuman jenis kopi dengan sebuah <i>art</i> yang menghiasi.</p>	<p>dengan motif yang cantik di atasnya, <i>latte art</i>. Dapat dimaknai bahwa dalam pilihan soal minuman, kopi menjadi salah satu minuman yang dikonsumsi, di mana hal ini memberikan kesan bahwa minuman kopi bukan hanya soal selera namun menjadi bagian dari gaya hidup masa kini.</p>
<p>Tempat berlibur</p> 	<p>Beberapa jumlah kapal besar yang sedang berlabuh dengan keterangan lokasi di Labuan Bajo.</p>	<p>Beberapa jumlah kapal besar yang diikat dengan keterangan lokasi Labuan Bajo</p>	<p>Kapal dengan bentuk tersebut ialah Kapal Phinisi Samara, salah satu kapal terbaik yang berada di Labuan Bajo. Kapal Phinisi Samara sering dijadikan sebagai pilihan bagi artis ibu kota ketika berlibur ke Labuan Bajo. Dengan memilih kapal mewah, maka dapat dimaknai bahwa ketika berlibur, kenyamanan adalah faktor terpenting.</p>
<p>Hobi</p>	<p>Sebuah tempat</p>	<p>Tempat pacuan</p>	<p>Masyarakat modern</p>

	<p>pacuan Kuda, dengan posisi @tantrinamirah yang berdiri di samping kuda, dengan pose tangan memegang tali kendali kuda tersebut.</p>	<p>kuda dengan seekor kuda yang lengkap dengan perlengkapan kudanya, seperti alas pelana kuda berwarna biru, tali kekang dan tali perut. Dengan @tantrinamirah memegang kendali kuda.</p>	<p>menjadikan kegiatan berkuda sebagai suatu kesenangan, yang dipilihnya sebagai suatu hobi. Hal ini dapat dimaknai bahwa @tantrinamirah memiliki hobi mahal, dengan menjadikan berkuda sebagai hobi sekaligus olahraga modern untuk melatih kekuatan tubuh.</p>
<p>Produk belanja</p>			
	<p>Sepasang sepatu dengan warna hijau neon yang bertuliskan Balenciaga di sampingnya.</p>	<p>Sepatu berwarna hijau neon dengan tulisan merk dari suatu brand disampingnya.</p>	<p>Sepatu mahal, dengan brand Balenciaga. Balenciaga merupakan salah satu brand terkenal kalangan kelas atas dengan harga yang tergolong fantastis. Hal ini dimaknai sebagai suatu keglamouran.</p>

Sumber: Olahan Peneliti

Faktor-faktor yang Menentukan Gaya Hidup Modern dalam Media Sosial Instagram @tantrinamirah

Dalam penelitian ini, terdapat dua faktor yang menentukan gaya hidup modern dalam media sosial *instagram* @tantrinamirah, yaitu:

Pertama, faktor Citra Diri. Citra diri menjadi sebuah pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dirinya dengan *image merk*. Artinya, bergantung kepada bagaimana seseorang ingin dikenali seperti apa dalam citra yang ditampilkan tersebut. Bagaimana suatu individu memandang dirinya juga akan memengaruhi minat mereka terhadap suatu objek. Di mana dalam hal ini, citra diri akan menentukan perilaku individu dalam bersikap. Dapat dikatakan bahwa citra diri sangat berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang, seperti apa kita menggambarkan diri kita, maka gaya hidup yang harus dijalani adalah sesuai dengan gambaran tersebut.

Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh bapak Budiawan selaku ahli budaya, yang mengatakan:

“Apa yang mendorong suatu gaya hidup sebenarnya abstrak. Bergantung pada hasrat dia ingin dikenali sebagai apa, maka studi tentang gaya hidup itu tidak lepas dari identitas atau ingin membangun image dirinya sebagai apa. Ada yang dengan sadar itu dilakukan, tapi ada itu yang menjadi gaya implikasi. Tapi yang paling pokok dari gaya hidup itu adalah konstruksi identitas, citra diri dia ingin dikenali sebagai apa.”

Sehingga dapat terlihat bahwa hal ini tidak lepas dari identitas, bagaimana seseorang ingin dikenal oleh orang bergantung kepada *image* yang dibangun dalam menampilkan dirinya di hadapan publik.

Kedua, faktor Kebudayaan. Budaya juga turut memberikan pengaruh terhadap perilaku dan gaya hidup tertentu yang dijalani seseorang. Perubahan sosial merupakan sebagai bentuk modernisasi untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan-kebutuhan hidup dalam perkembangan masyarakat. Perubahan yang terjadi dalam tatanan kebudayaan adalah sebuah gejala berubahnya struktur sosial serta pola budaya dalam suatu masyarakat. Perkembangan kebudayaan dan modernisme menciptakan beragam bentuk perubahan, misalnya gaya *fashion*, produk belanjaan yang dikonsumsi, bahkan minat seseorang terhadap hobi, sebab kini urusan penampilan dan gaya hidup menjadi perhatian khusus.

Dalam akun *instagram* @tantrinamirah terlihat gaya berpakaian yang digunakan merupakan bentuk perkembangan dari budaya serta wujud modernisme. Dalam berpenampilan, Tantri Namirah berusaha terus menampilkan gaya berpakaian yang *fashionable* untuk menyesuaikan perkembangan kebudayaan yang ada dan terjadi saat ini serta berbagai aktivitas yang dilakukannya merupakan salah satu bentuk perubahan yang dilakukan pada saat ini.

Dengan sadar atau tidak, khalayak yang terpengaruh budaya global memiliki suatu pola perilaku baru tersendiri. Di mana pola perilaku tersebut ialah sebuah proses dari pembentukan gaya hidup. Artinya, perubahan sosial dan budaya yang disebabkan globalisasi dan modernisasi salah satunya terlihat pada gaya hidup masyarakat.

Praktik Ideologi dalam Gaya Hidup Modern Media Sosial *Instagram* @tantrinamirah

Media memiliki kemampuan dalam mempengaruhi khalayak, media sosial *instagram* juga menjadi media massa yang banyak membahas dan mempopulerkan mengenai *life style*, *fashion* dan budaya. Foto atau postingan yang diunggah dalam media sosial *instagram* @tantrinamirah telah di setting dan dikonsep dengan sedemikian rupa, agar sajian dalam tampilan tersebut dapat menarik perhatian *followers* akun *instagram*nya.

Seperti yang diungkapkan Tantri Namirah dalam wawancara, yang mengatakan:

“Pastinya selalu ada konsep di dalamnya. Jadi kadang-kadang emang ada beberapa foto yang diharuskan untuk berkonsep, karena kita disesuaikan juga sama kebutuhan klien yang diberikan ke kita, sesuai dengan brief aja sih. Tapi kalau misalnya lagi foto biasa, kayak oh kita mau foto di mana ya, terus ini cocoknya kalau baju ini tuh lebih santai atau lebih gayanya tuh kayak gimana. Jadi ada dua konsep, satu emang konsep OOTD untuk kita aja kita posting sendiri. Kedua, sesuai sama brief.”

Dalam akun *instagram* @tantrinamirah, kita bisa melihat foto-foto yang diunggahnya, memiliki selera yang unik seolah untuk menunjukkan karakternya, bagaimana Ia mengenakan busana yang modern dan kreatif, ditambah dengan penggunaan warna-warna serta motif yang berbeda-beda dikemas dengan secara menarik ke dalam bentuk postingan.

Dalam hal ini kemudian citra atau *image* menjadi suatu hal yang penting, ia berjalan seiring dengan berkembangnya kemajuan dunia informasi, di mana informasi bukan lagi sekedar sebagai alat atau modal untuk bergadang, namun menjadi produk itu sendiri. Gaya hidup kini menjadi suatu hal yang menarik perhatian khalayak. Sehingga tanpa sadar mereka termakan oleh apa yang ditampilkan dalam media tersebut, yang akhirnya menimbulkan rasa ketertarikan untuk mengikutinya, dengan tujuan untuk mengikuti perkembangan gaya hidup masa kini.

Menurut Piliang¹⁷ mengatakan bahwa dalam masyarakat modern telah terjadi semacam “ketidaksadaran massal” akan terjadinya transformasi, akan berlangsungnya “pembentukan kembali diri” dan perumusan kembali “makna kehidupan” sebagai akibat menjelamanya dunia “realitas semu”. Mengalirnya *fashion* di pusat-pusat perbelanjaan dalam kecepatan yang tinggi memberikan cara yang sangat efektif dalam memacu kecepatan produksi konsumsi. Hal tersebut tentunya tidak hanya berlaku pada model pakaian, namun juga model barang konsumen lainnya, termasuk kebutuhan yang berkaitan dengan gaya hidup dan rekreasi, yang kini berlindung di bawah panji-panji *fashion*. Melalui fenomena tersebut telah terjadi kapitalisasi di mana gaya hidup dan *fashion* sudah menjadi komoditas.

Gaya Hidup Modern dalam Komodifikasi Media Sosial *Instagram*

Media memiliki peranan yang sangat besar dalam seluruh aspek kehidupan masyarakat modern, hal ini terlihat pada usaha penggunaan media untuk mempercepat proses perubahan sosial. Menurut Marx¹⁸ komoditas muncul dari berbagai kebutuhan, baik secara fisik ataupun budaya serta penggunaannya dapat didefinisikan yang mungkin timbul dari kumpulan kebutuhan sosial termasuk untuk memuaskan fisik.

Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang memiliki nilai tukar. Memang terasa aneh, sebab produk yang terdapat di dalam media umumnya adalah berupa informasi serta hiburan¹⁹. Dalam akun *instagram* @tantrinamirah, postingan yang diunggah tidak semata hanya untuk memperlihatkan tampilan-tampilan fotonya saja, akan tetapi juga terjadi adanya komoditas yang mengarahkan *followers* akun *instagramnya* untuk mengkonsumsi produk yang ditampilkannya.

Seperti beberapa postingan yang sedang melakukan *endorse*. Tantri Namirah mengungkapkan bahwa ketika melakukan *endorsement*, Ia akan memperoleh bayaran dari klien, di mana dalam hal ini Ia juga harus menentukan terkait dengan konsep yang akan diangkat, *campaign* serta soal produk seperti apa yang akan dibuat dalam kepentingan *endorsement* tersebut untuk ditampilkan ke dalam akun *instagramnya*. Secara tidak langsung,

¹⁷ Yasraf A. Piliang, *Semiotika dan Hipersemiotika*, (Bandung: Matahari, 2012).

¹⁸ Yofiendi Indainanto, “Representasi di Media Sosial sebagai Pembentuk Identitas Budaya Populer”, *Journal UBM* Vol. 14, No. 1, (2020), hlm. 108, <http://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika>

¹⁹ Sumartono, “Komodifikasi Media dan Budaya Kohe”, *Jurnal The Messenger*, Vol. 8, No. 2, (2016), hlm. 48, <http://journals.usm.ac.id>

hal tersebut menjadi sebuah daya tarik serta memberikan sebuah penawaran bagi para *followers* akun *instagram*nya untuk mengikuti seperti apa yang ditampilkan tersebut.

Dalam media sosial *instagram* @tantrinamirah, tidak lepas dari berbagai aktivitas atau kegiatan yang dilakukannya ke dalam bentuk postingan yang dikemas dengan secara menarik perihal gaya hidup yang dijalani seperti *fashion*, hobi dan lain sebagainya, sebab hal ini menjadi sebuah kekuatan dalam menarik pengguna lain yang melihatnya.

Adorno²⁰ mengemukakan beberapa pendapat yang menandai “masyarakat komoditas”. Pertama, masyarakat yang di dalamnya berlangsung produksi barang-barang, bukan terutama bagi pemuasan keinginan dan kebutuhan melainkan demi profit atau keuntungan. Kedua, muncul kecenderungan umum ke arah konsentrasi kapital yang massif. Di mana dalam situasi ini menyebabkan masyarakat hidup dalam budaya konsumer, dari apa yang mereka lihat dan ditampilkan oleh media. Dengan demikian, artinya kapitalis sedang membangun sebuah standar hidup yang mengarah pada kesenangan, dengan tujuan sebagai komoditas konsumsi.

Adanya kekuasaan pengguna dalam memilih konten, akan tetapi dengan secara perlahan konsumsi konten dalam jangka waktu panjang, durasi konten serta interaksi dan frekuensi konten yang tinggi akan memengaruhi pola konsumsi konten mengarah pada pembentukan pengetahuan pengguna media sosial. Pengaruh model-model dari simulasi menyebabkan gaya hidup yang dijunjung tinggi, sehingga konten yang terus ditampilkan mampu memengaruhi tindakan²¹.

Gaya Hidup Modern sebagai Budaya Populer dalam Perspektif *Cultural Studies*

Cultural studies adalah suatu pembentukan wacana, yaitu kluster (bangunan) gagasan-gagasan, citra serta praktik-praktik, yang memberikan cara-cara untuk membahas topik, aktivitas sosial tertentu atau arena institusional dalam masyarakat. Terdapat berbagai konsep kunci dalam *cultural studies*, namun salah satu yang paling menarik perhatian adalah tentang kebudayaan. Sebagaimana yang dikatakan Hall bahwa kebudayaan yang di maksud di sini adalah lingkungan aktual untuk berbagai praktik, representasi, bahasa dan adat istiadat masyarakat tertentu serta berbagai bentuk akal sehat yang paling kontradiktif yang berakar dalam, dan membantu kehidupan orang banyak.

Berbicara mengenai *cultural studies* berarti kajian terhadap budaya populer. Budaya populer merupakan budaya sehari-hari masyarakat massa kini yang tidak lepas dari sebutan fenomena. Fenomena gaya hidup moder menjadi budaya populer, yang dianggap sebagai budaya masa kini yang dikomunikasikan melalui media massa, yaitu *instagram*. Media berperan sebagai sarana, di mana dalam hal ini gaya hidup modern dicitrakan, dibentuk dan ditampilkan dengan tujuan komodifikasi. Media juga merupakan salah satu alat suatu budaya sehari-hari masa kini yang menjadi sebuah budaya populer.

Budaya populer merupakan budaya yang lahir atas keterkaitan dengan media. Artinya, apabila media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerapnya kemudian menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Populer yang dimaksud dalam hal ini tidak lepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa

²⁰ Ibid,

²¹ Yofiendi Indainanto, “Representasi di Media Sosial sebagai Pembentuk Identitas Budaya Populer”, *Journal UBM* Vol. 14, No. 1, (2020), 108, <http://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika>

terhadap publik yang bertindak sebagai konsumen. Menurut Strinati²² Media sosial menjadi pusat perhatian kajian budaya, sebab kedudukan sentralnya dalam praktik komunikasi masyarakat modern. Teknologi komunikasi menghasilkan sebuah produk budaya yang dibuat dalam jumlah yang besar, yang akhirnya produk budaya tersebut disebarkan kemudian menjadi sebuah budaya populer.

Dalam hal ini, akun *instagram* @tantrinamirah mempopulerkan sebuah gaya hidup yang bisa diikuti oleh banyak orang apabila produk budaya tersebut dianggap baik oleh mereka. Budaya yang ditampilkan dalam akun *instagram* tersebut adalah kebudayaan populer yang berkaitan dengan kegiatan keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang seperti, *fashion*, perawatan tubuh, minat apa yang menjadi kebutuhan dalam hidupnya dan lain sebagainya.

Gaya hidup dapat meliputi praktik-praktik, cita rasa, perilaku konsumsi, aktivitas waktu luang, modus bicara serta busana yang digunakan dari seseorang. Dari pemaknaan tersebut, gaya hidup dapat dilihat sebagai wujud paling ekspresif dari bagaimana cara manusia dalam menjalani dan memaknai kehidupannya. Dalam arus kultur kontemporer, gaya hidup memiliki peranan penting dalam membangun eksistensi manusia yang hidup dalam kultur tersebut. Gaya hidup dalam arus kultur kontemporer menghadirkan dua hal yang sama sekaligus berbeda, yaitu alternatif dan diferensiasi. Alternatif mengandung perlawanan terhadap arus budaya *mainstream*, sedangkan diferensiasi mengikuti arus *mainstream*. Alternatif merupakan sebuah bentuk perlawanan untuk tidak mengikuti arus kapitalisme, sedangkan diferensiasi merupakan suatu pilihan untuk membuat diri berbeda dengan mengonsumsi barang-barang yang ditawarkan pemegang modal atau kapitalis.

Begitu pula dengan akun *instagram* @tantrinamirah yang terus menampilkan gaya hidup yang dijalannya ke dalam berbagai aspek seperti gaya berpakaianya, pola hidup sehat, keminatannya terhadap kemewahan dan sebagainya, yang telah direpresentasikannya melalui ide yang dibentuk dan ditampilkan ke dalam sebuah postingan di media sosial *instagram*. Hal tersebut menghasilkan sebuah Representasi Gaya Hidup Modern dalam Media Sosial *Instagram* @tantrinamirah pesona yang sempurna bagi pengikut (*followers*) nya, yang bersifat konsumtif yang terpengaruhi budaya massa akan gaya hidup modern.

Maka dengan begitu, *followers* atau pengikutnya dapat memfilter segala bentuk pesan, khususnya terhadap kebudayaan yang ditampilkan. Khalayak tidak akan diam ataupun pasif, mereka tahu postingan apa yang dapat memberikan hiburan bagi mereka tanpa menimbulkan dampak negatif bagi dirinya. Khalayak dapat memilih akun *instagram* yang ingin diikuti yang berguna bagi dirinya ataupun memberikan sebuah motivasi bagi mereka.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai gaya hidup modern dalam media sosial *instagram* @tantrinamirah, dapat disimpulkan bahwa media sosial *instagram* @tantrinamirah telah merepresentasikan gaya hidup modern yang meliputi busana, pilihan makanan dan minuman, pilihan kawasan wisata untuk berlibur, hobi dan produk belanjaan. Faktor-faktor yang menentukan gaya hidup modern dalam media sosial *instagram* @tantrinamirah, diantaranya; faktor citra diri dan faktor kebudayaan.

²² Farid Hamid, "Media dan Budaya Populer", <http://digilib.mercubuana.ac.id>

Ditemukan pula adanya praktik ideologi, yang terlihat dalam tanda-tanda dalam barang-barang yang digunakan menjadi sebuah fenomena dan *trend* di kalangan masyarakat, sehingga menciptakan suatu budaya konsumen, di mana konten yang terus ditampilkan akan mampu mempengaruhi tindakan. Penggunaan pada *fashion branded* menjadi hal yang biasa, yang menunjukkan minat mereka terhadap produk-produk mewah. Melalui fenomena tersebut telah terjadi kapitalisasi di mana gaya hidup dan *fashion* sudah menjadi komoditas.

Daftar Pustaka

- Alyusi, Shiefti. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Hamid, Farid. "Media dan Budaya Populer." <http://digilib.mercubuana.ac.id>.
- Hasan S. Sandi. *Pengantar Cultural Studies*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Hendariningrum, Retno. Susilo, Edy. "Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 2, (2008).
- Indainanto, Yofiendi. "Representasi di Media Sosial sebagai Pembentuk Identitas Budaya Populer". Vol. 14, No. 1. (2020).
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.
- Nazaruddin, Kahfie. *Pengantar Semiotika*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2015
- Piliang A. Yasraf. *Semiotika dan Hipersemiotika*. Bandung: Matahari, 2012.
- Setyowati, Agnes. *Cultural Studies Sebuah Pengantar, Teori, dan Konsep*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2019.
- Situmeang, Ilona. *Media Konvensional dan Media Online*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2019.
- Storey, John. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra, 2007.
- Sugihartati, Rahma. *Membaca, Gaya Hidup dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2013.
- Susanti, Endang. "Konstruksi Makna Kualitas Hidup Sehat". Vol. 2, No. 1, (2018).

Zein F. Mohamad . *Panduan menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*.
Penerbit Mohamd Fadhilah Zein, 2019.

<http://apjii.or.id>.

<http://kombinasi.net/konvergensi-media>.