



Peran Influencer dalam Style Fashion Essential (Analisis Resepsi Pengikut Akun Instagram @ashleymicheller_)

Dilla Octavia^{1*}, Catur Nugroho¹

¹Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Indonesia

*Korespondensi: Dillaoctavia13@gmail.com

Info Artikel

Diterima 05
Agustus 2023

Disetujui 19
Oktober 2023

Dipublikasikan 13
November 2023

Keywords:
*Decoding, Fashion
Essentials New
Media, Instagram,
Fashion Trends*

© 2023 The
Author(s): This is
an open-access
article distributed
under the terms of
the Creative
Commons
Attribution

ShareAlike (CC BY-
SA 4.0)



Abstrak

Trend fashion di media sosial mulai berkembang luas karena adanya dukungan dari fashion influencer. Salah satunya peran media baru yaitu sosial instagram yang menjadi interaksi dalam menciptakan suatu trend fashion sehingga meluas dan sangat mudah dikenal. Meluapnya suatu fashion dizaman sekarang membuat masyarakat mengenal beberapa fashion influencer, salah satu nya yaitu fashion essetianls. Sebagai seorang fashion influencer, pemilik akun instagram @ashleymicheller_ selalu membagikan tips kepada pengikutnya mengenai Fashion essetianls yang dimilikinya. Parapengikut dari akun instagram Ashley begitu antusias dengan outfit yang ia gunakan. Ashley sebagai fashion influencer juga memiliki pengaruh yang kuat dimana para pengikutnya selalu ingin memiliki atau ingin menggunakan barang atau pakaian yang sedang ia gunakan. Fokus penelitian menganalisis pertemuan antara media dan audiens, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori analisis resepsi. Untuk mengungkapkan bagaimana peran pengikut dari akun instagram @ashleymicheller_ sebagai audiens dalam menerima informasi dari pemberi pesan, maka peneliti menggunakan teori encoding dan decoding dari Stuart Hall. Berdasarkan hasil penelitian bahwa beberapa pengikut dari akun instagram @ashleymicheller_ berada pada posisi pembacaan dominant-hegemonic reading, Di mana audiens pada posisi ini pengikut akan langsung menerima dengan baik pesan yang disampaikan oleh Ashley. Namun Berbeda dari informan lainnya, dimana informan 2 Berada di posisi pembacaan negotiated reading.

Abstract

Fashion trends on social media began to grow widely because of the support from fashion influencers. One of them is the role of new media, namely social Instagram which is an interaction in creating a fashion trend so that it is widespread and very easy to recognize. The overflow of fashion nowadays has made people familiar with several fashion influencers, one of which is fashion essetianls. As a fashion influencer, the owner of the Instagram account @ashleymicheller_ always shares tips with his followers about his fashion essetians. Followers from Ashley's Instagram account are so enthusiastic about the outfit she uses. Ashley as a fashion influencer also has a strong influence where her followers always want to have or want to use the goods or clothes she is wearing. The focus of the research is to analyze the meeting between the media and the audience, using a descriptive qualitative research method using reception analysis. To reveal how the role of followers from the Instagram account @ashleymicheller_ as an audience in receiving the message conveyed, the researcher used the

encoding/decoding theory from Stuart Hall. Based on the results of the study, some followers from the Instagram account @ashleymicheller_ are in a dominant-hegemonic reading position. In this position, the audience will immediately accept the message conveyed by Ashley. However, it is different from the other informants, where informant 2 is in a negotiated reading position.

1. Pendahuluan

Era media siber saat ini, media baru dengan berbagai variannya mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satu media baru yang banyak digunakan masyarakat saat ini adalah media sosial. Diantara media sosial yang cukup populer salah satunya adalah Instagram, yang menurut laporan dari We Are Social masyarakat Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia, yakni sebanyak 89,15 juta pengguna. Instagram memiliki berbagai fitur menarik yang memungkinkan masyarakat dapat mengunggah konten foto maupun video yang disertakan dengan keterangan atau biasa disebut dengan caption, dan orang yang terhubung dengan akun Instagram yang dimiliki seseorang dapat berinteraksi dengan foto maupun video yang di unggahnya dengan melakukan like maupun memberikan pesan di kolom komentar dalam foto tersebut.

Media sosial merupakan salah yang menjadi favorit pengguna untuk melakukan aktivitas dan mendapatkan informasi (Savira, 2022). Media sosial saat ini menduduki posisi yang sangat diagung-agungkan oleh masyarakat dibanding media mainstream seperti koran, radio dan televisi (Pawaka, 2020). Adanya media sosial menjadikan wadah bagi masyarakat dalam melakukan segala kegiatannya secara daring di dunia siber, mulai dari mencari hiburan, berjejaring, hingga mencari pengetahuan baru (Claretta et al., 2022). Menurut Majid (2020), keberadaan media sosial memungkinkan remaja untuk berkomunikasi dengan mudah dan menjaga hubungan dengan teman yang jauh walaupun mereka di tempat yang berbeda (Majid, 2020).

Menurut Kietzmann (2011) dalam (Nugroho, 2020) menyampaikan bahwa terdapat tujuh blok bangunan fungsional media sosial yang ada pada sebagian besar aplikasi media sosial dan yang dapat diganti dan ditingkatkan melalui integrasi beberapa aplikasi. Tujuh fungsional media sosial tersebut yaitu Identitas (*Identity*), Percakapan (*Conversation*), Berbagi (*Sharing*), Kehadiran (*Presence*), Hubungan (*Relationship*), Kelompok (*Group*) dan Reputasi (*Reputation*). Dikutip dari survey yang dilakukan oleh Jajakpendapat.net 2022 bahwa pengguna Instagram di Indonesia lebih tertarik untuk membeli produk fashion yaitu sebesar 52.51% dari total pengguna Instagram di Indonesia. Tren yang diciptakan di Instagram sangat beragam dan salah satu tren yang selalu ada di setiap zaman adalah tren fashion (Purnamasari & Tutiasri, 2021).

Trend fashion di media sosial mulai berkembang luas karena adanya dukungan dari *fashion influencer*. Menurut Barnadr (2011) dalam (Oktaviyani, 2021) fashion sebagai komunikasi menjelaskan bahwa fashion atau pakaian yang digunakan oleh seseorang dapat memberikan persepsi serta penilaian seseorang dari status sosialnya. Salah satu peran media sosial Instagram yang menjadi interaksi dalam menciptakan suatu *trend fashion* sehingga meluas dan sangat mudah dikenal. Meluapnya suatu *fashion* di zaman sekarang membuat masyarakat mengenal

beberapa *trend fashion*, salah satunya yaitu *fashion essentials*. Menurut Pane et al (2018), *fashion* sangat berperan penting untuk menciptakan suatu identitas diri, kepribadian, status sosial, dan nilai (Pane et al., 2018). Para remaja saat ini akan merasa dikenal jika memiliki gaya busana sendiri dan mereka sangat mempunyai ciri khas yang sering diciptakan melalui gaya berpakaian yang selalu mereka gunakan. Dengan berkembangnya *fashion* dari waktu ke waktu, tentunya *fashion* mengalami perubahan, baik dari segi motif, bentuk *fashion*, dan bahan yang digunakan untuk pembuatan *fashion* tersebut. Identitas dapat dibentuk melalui *fashion*, karena penilaian pertama sering kali didasarkan pada penampilan atau kondisi luar seseorang, dari cara menampilkan *fashion* seseorang dapat menilai orang lain seperti apa dari tampilan luar. *Fashion* sebagai ekspresi individualitas dan alat komunikasi bagi para pemakainya yang akan memberikan dampak bagi penggunaan *fashion* dalam konteks bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain (Trisnawati, 2011).

Fashion essentials merupakan mode gaya berpakaian yang sederhana dan sederhana atau *fashion* dengan model basic yang tetap menjadi pilihan di kalangan masyarakat. *Fashion* memiliki perkembangan setiap waktunya, dimana *fashion* juga merupakan sebuah bentuk budaya yang dimiliki individu, dan merupakan bagian dari ekspresi diri yang bisa meningkatkan rasa percaya diri, karena berpenampilan menarik dan juga indah. Selain itu, menurut (Pane, Punia, dan Nugroho 2018) *fashion* sangat berperan penting untuk menciptakan suatu identitas diri, kepribadian, status sosial, dan nilai. Para remaja saat ini akan merasa dikenal jika memiliki gaya busana sendiri dan mereka sangat mempunyai ciri khas yang sering diciptakan melalui gaya berpakaian yang selalu mereka gunakan. Dengan berkembangnya *fashion* dari waktu ke waktu, tentunya *fashion* mengalami perubahan, baik dari segi motif, bentuk *fashion*, dan bahan yang digunakan untuk pembuatan *fashion* tersebut. Identitas dapat dibentuk melalui *fashion*, karena penilaian pertama sering kali didasarkan pada penampilan atau kondisi luar seseorang, dari cara menampilkan *fashion* seseorang dapat menilai orang lain seperti apa dari tampilan luar. *Fashion* sebagai ekspresi individualitas dan alat komunikasi bagi para pemakainya yang akan memberikan dampak bagi penggunaan *fashion* dalam konteks bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain (Trisnawati 2011).

Banyaknya pengguna Instagram melahirkan adanya istilah selebriti Instagram atau yang lebih dikenal selebgram atau *influencer*. Istilah *influencer* merupakan julukan pada orang yang memiliki banyak penggemar atau followers dikarenakan foto 3 atau video yang dibagikan menarik dan banyak disukai (Sihombing & Rakhmad, 2019). Peran media sosial sebagai sarana dalam menciptakan trend *fashion* adalah ketika seorang *fashion influencer* memberikan informasi tentang tren mode berpakaian yang ia gunakan, yang kemudian secara alami akan diikuti oleh pengikutnya dan menyebarkan tren mode tersebut.

Ashley Miller adalah salah satu *influencer* yang memiliki pengikut paling banyak bila dibandingkan dengan *influencer* lainnya. Sebagai seorang *fashion influencer*, Ashley selalu membagikan tips kepada pengikutnya mengenai *fashion essentials* yang dimilikinya. *Fashion essentials* merupakan gaya berbusana yang minimalis dan casual sehingga sangat mudah untuk dipadupadankan dengan aksesoris-aksesoris untuk menambah penampilan lebih menarik. Dalam melakukan komunikasi kepada pengikutnya, Ashley selalu membalas pesan maupun komentar

yang dilontarkan kepadanya terkait dengan *outfit* yang sedang dipakainya. Para pengikut dari akun Instagram Ashley begitu antusias dengan *outfit* yang ia gunakan. Ashley sebagai *fashion influencer* juga memiliki pengaruh yang kuat dimana para pengikutnya selalu ingin memiliki atau ingin menggunakan barang atau pakaian yang sedang ia gunakan. *Outfit* yang digunakan oleh seorang *fashion influencer* akan selalu menarik perhatian bagi para pengikutnya. Sehingga dalam hal ini peran media sosial Instagram sebagai media interaksi dalam menciptakan berbagai trend fashion yang diminati oleh masing-masing individu.

Penelitian ini memiliki fokus mengenai pertemuan antara media baru Instagram dan audiens, dapat dikatakan bahwa @ashleymicheller_ yang memiliki peran sebagai pembuat pesan media dan pengikut dari akun Instagram @ashleymicheller_ berperan sebagai audiensnya. Menurut Dennis McQuail (2011) analisis resepsi memfokuskan bagaimana media digunakan sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna maka *fashion influencer* media sosial menjadi suatu proses yang memberikan makna terhadap seluruh pengalaman dan produksi kultural (McQuail, 2011). Dalam artikel ini, penulis berupaya untuk mengungkapkan bagaimana pembacaan audiens terhadap informasi-informasi yang diberikan oleh *fashion influencer* dengan akun @ashleymicheller_ mengenai *style fashion essential* yang dimilikinya. Dalam memaknai sebuah teks media audiens dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi masing-masing, sehingga teks yang memiliki sifat terbuka ini akan memungkinkan audiens memiliki pemahaman atau respon yang berbeda-beda mengenai pesan yang disampaikan.

Peran pengikut dari akun Instagram @ashleymicheller_ sebagai audiens dalam menerima pesan yang disampaikan, maka peneliti menggunakan teori encoding/decoding dari Stuart Hall. Gumilar (2018) dalam (Agusta, 2021) mengatakan bahwa dalam riset penelitian analisis resepsi yang akan dilakukannya yaitu makna dari sebuah media bukanlah suatu hal yang tetap atau melekat pada teks, melainkan teks media mendapatkan makna hanya pada saat penerimaan (resepsi), yaitu pada saat mereka dibaca, dilihat, dan didengarkan. Lebih lanjut Gumilar (2018) juga menjelaskan bahwa para penonton adalah pencipta makna dan bukan sekedar konsumen konten media. Penonton atau para audiens akan menginterpretasikan teks media dengan menghubungkannya sesuai dengan konteks kehidupan sosial dan latar belakang budaya, serta pengalaman subjektif mereka. Analisis resepsi memandang audiens sebagai penghasil makna yang aktif, bukan hanya sebagai konsumen dari isi media (Fathurizki & Malau, 2018).

Antusias dari para pengikutnya akan *style fashion essential* yang dimiliki Ashley menarik peneliti untuk meneliti lebih dalam mengenai pemaknaan pesan yang diberikan oleh Ashley sebagai *Fashion Influencer* lewat unggahan *Style Fashion Essential* di akun Instagramnya. Selain itu penelitian ini dilakukan, karena penelitian pada studi resepsi terdahulu didominasi oleh obyek media massa terutama serial televisi atau film.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi, metode ini dipilih karena analisis data yang dilakukan lebih bersifat konduktif berdasarkan fakta yang ditemukan dan fokus peneliti ialah untuk menjelaskan secara rinci mengenai fenomena yang terjadi yaitu mengenai bagaimana peran *fashion influencer* dalam media sosial Instagram terhadap *style fashion essential*

yang dilakukan dengan analisis resepsi pengikut akun instagram @Ashleymicheller_.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial bersifat relatif (Anindhita, 2022). Analisis resepsi dapat disebut juga sebuah pendekatan alternatif untuk mempelajari tentang khalayak, bagaimana memaknai pesan yang diterima darisebuah media, titik awal penelitian ini adalah adanya asumsi bahwa makna yangterdapat di dalam media massa bukan hanya ada pada teks. Teori resepsi Stuart Hall dimana adanya penerimaan pesan atau resepsi yang memusatkan kepada bagaimana seorang penerima pesan akan menanggapiny dan memperoleh makna pada saat audiens melakukan penerimaan (Berahim et al., 2022).

Penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang akurat maka peneliti melakukan wawancara kepada informan. Untuk mendapatkan reaksi penerimaan, pemahaman, dan interpretasi individu atas teks, penulis akan melakukan in-depth-interview atau wawancara mendalam terhadap informan agar mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian (Dwiputra, 2020). Data penelitian didapatkan dari hasil interview dengan para informan dengan empat kriteria dalam menentukan informan kunci yakni (1) sebagai anggota aktif dalam sebuah kelompok, organisasi atau budaya yang diteliti, (2) terlibat dalam budaya atau fenomena saat ini (yang terjadi), (3) memiliki banyak waktu dalam membantu suksesnya penelitian, dan (4) dapat menyampaikan informasi dengan jujur dan baik juga mudah dimengerti (Martha, E., & Kresno 2016).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini terdapat kriteria-kriteria informan diantaranya merupakan pengguna akun instagram yang telah mengikuti @ashleymicheller, merupakan pengguna akun instagram yang tertarik dengan style fashion @ashleymicheller, memiliki rentang usia 18 keatas, dan bersedia untuk di wawancara dan memperbolehkan untuk kemudian hasilnya di publikasikan kedalam penelitian ini

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Hasil peneltian, peneliti akan membagi kedalam 3 bagian sesuai dengan unit nalisis yang telah dibuat, yaitu:

Style fashion essential Ashley Micheller

Style fashion essential memiliki kesan mode berpakaian yang sederhana yang mana desain pakaian bisa digunakan kapan saja dan bersifat santai, dan mendukung segala jenis aktivitas karena jenisnya yang santai. Menurut (Reynolds 2010) Perusahaan-perusahaan pada era tersebut mencoba untuk membuat mode baju yang nyaman dibandingkan era sebelumnya. Jenis fashion ini lebih menjunjung tinggi kenyamanan pengguna. Sehingga pengguna akan merasa bebas berekspresi namun tetap dengan berpakaian elegan karena pengguna dapat memadu madankan dengan berbagai asesoris. Hal tersebut sama dengan apa yang dikatakan oleh Informan ini yaitu Ashley Micheller sebagai pemilik akun instagram @ashleymicheller_ yang mana mengatakan bahwa:

“Mungkin buat sekarang ciri khas aku tuh lebih ke yang trendy fashion tapi lebih ke minimalis and basic gitu cuman aku suka aksesoris biar lebih unik, pokoknya

baju-baju basic tapi aku cari yang stylenya lebih elevated biar nggak ngebosenin, cuma kesan timelessnya juga." (Ashley Micheller, 15 Juni 2023, 14:16 WIB).

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas bahwa Ashley Micheller menyukai gaya busana yang tidak lekang oleh waktu, terlihat sederhana namun mudah untuk dipadupadankan dengan asesoris lainnya, maka Ashley Micheller memiliki style fashion essential sebagai gaya busananya. Ketertarikan pada akun instagram @ashleymicheller_ diakui oleh Ananda Putri Salsabila dimana ia sudah mengikuti akun instagram @ashleymicheller_ selama satu tahun kebelakang. Ananda Putri Salsabila mengatakan bahwa:

"Aku tertarik dengan akun tersebut karena aku suka dengan personality-nya dan suka melihat dia mix and match baju yang masih bisa saya contoh sebagai hijabers dan akunnya juga sering sharing dan tips." (Ananda Putri Salsabila, Senin 17 Juli 2023, 18:25 WIB).

Ananda Putri Salsabila mengatakan bahwa ia menyukai Ashley Micheller karena kepandaiannya dalam memadumadankan aksesoris dan gaya busana yang ia kenakan. meskipun Ananda Putri Salsabila memakai hijab, namun dengan keunikan yang Ashley Micheller miliki pada gaya busananya, membuat Ananda Putri Salsabila tetap tertarik terhdap apa yang Ashley Micheller kenakan.

Postingan foto/video Konten *Style Fashion Essential*

Postingan foto/video Konten *Style Fashion Essential* dalam penelitian ini merupakan postingan yang diunggah mengenai *Style Fashion Essential* oleh pemilik akun instagram @ashleymicheller_ kedalam instagramnya. Dalam mengunggah sebuah foto/video mengenai *Style Fashion Essential* tentu saja Ashley Micheller sebagai pemilik akun harus benar-benar memilih foto maupun video yang memiliki gambaran jelas mengenai pesan yang akan disampaikan kepada para *audience* atau pengikutnya di Instagram. Menurut salah satu informan yang merupakan pengikut akun instagram @ashleymicheller_ dalam penelitian ini yaitu Risya Hasna Masyta mengatakan bahwa:

"Memenuhi karena fashion-fashionnya selalu bagus-bagus dan mudah untuk mengikutinya, melihatnya jadi pengen fashion seperti dia karena selalu menarik yang dipakainya karena setiap yang dipakainya saya langsung mencarinya karena selalu terlihat bagus. dan kadang Ashley Micheller pun suka langsung mention nama online shopnya, jadi lebih memudahkan kita para pengikutnya." (Risya Hasna Masyta, Senin 17 Juli 2023, 21:33 WIB).

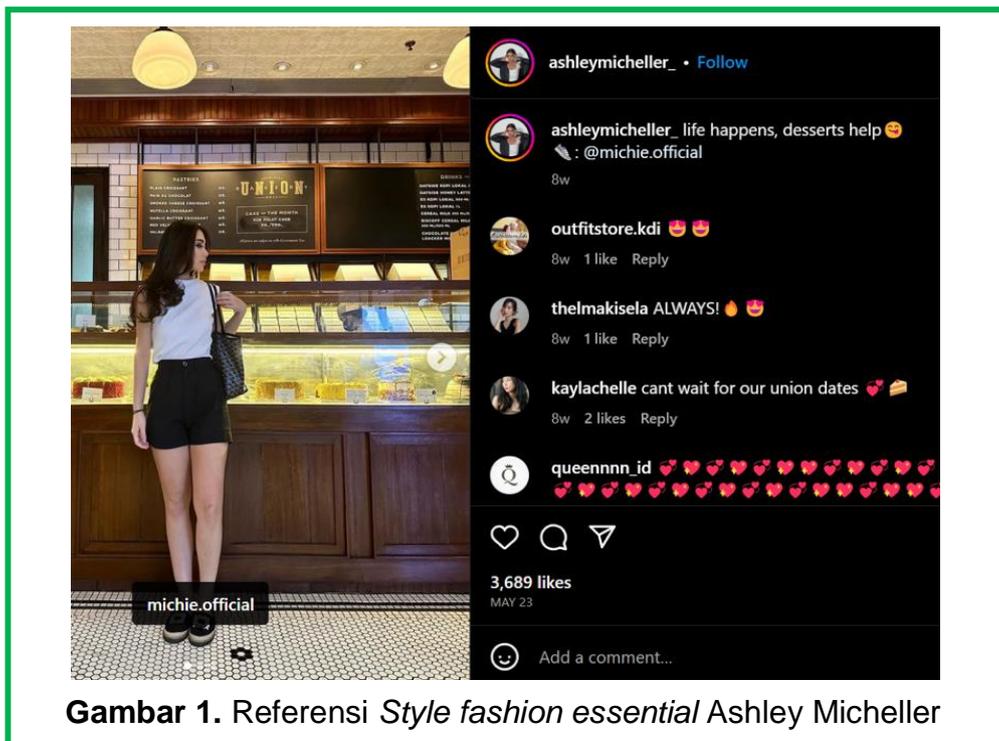
Risya Hasna Masyta mengatakan bahwa Postingan foto/video Konten *Style Fashion Essential* sudah sangat memenuhi akan apa yang menjadi kebutuhannya. Informasi yang diberikan dari postingan foto/video konten *Style Fashion Essential* menurutnya sangat menarik sehingga membuat informan memiliki keinginan untuk memiliki baik busana maupun aksesoris yang sama seperti yang digunakan oleh Ashley Micheller. Selain itu, Ashley Micheller juga kerap memberikan informasi mengenai tempat ia membeli pakaian yang ia kenakan maupun aksesoris sehingga akan mempermudah para pengikutnya untuk membeli pakaian dan aksesoris yang sama seperti yang Ashley Micheller kenakan pada unggahan foto maupun video.

Caption Mengenai Pakaian/ Asesoris Yang Dikenakan dan Tempat Pembelian Pakaian

Caption merupakan keterangan tambahan atau informasi yang ada pada setiap foto yang di unggah oleh akun instagram @ashleymicheller_. Penulisan caption pada foto yang diunggah oleh akun instagram @ashleymicheller_ adalah informasi mengenai pakaian/ aksesoris yang dikenakan, tempat pembelian pakaian yang dikenakannya tersebut. Penulisan caption yang dilakukan oleh akun instagram @ashleymicheller_ bertujuan agar pengikutnya mendapatkan informasi yang lengkap dari apa yang telah di unggahnya di instagram mengenai *Style fashion essential*. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, bahwa caption yang digunakan oleh akun instagram @ashleymicheller_ sangat informatif dan juga memberikan inspirasi bagi para pengikutnya. Seperti yang dikatakan oleh Risya Hasna yaitu informan dalam penelitian ini yang juga sebagai pengikut dari akun instagram @ashleymicheller_ bahwa:

“caption di Instagram Ashley micheller juga sangat menarik karena banyak quote yang menarik dan kadang suka relate sama postingan yang disharenya jadi kadang selain outfit caption yang Ashley micheller share pun suka jadi referensi caption untuk postingan saya dan para followers-nya.” (Risya Hasna Masyta, Senin 17 Juli 2023, 21:33 WIB)

Risya Hasna mengatakan bahwa selain mencantumkan informasi seputar *Style fashion essential*, akun instagram @ashleymicheller_ kerap membuat caption yang menarik sesuai dengan apa yang terjadi didalam foto atau video yang diunggahnya tersebut.



Gambar 1. Referensi *Style fashion essential* Ashley Micheller

Sumber: (Tangkapan layar akun instagram @ashleymicheller_ , 2023)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bagaimana akun instagram @ashleymicheller mengunggah sebuah foto yang dimana Ashley Micheller berada

dialam foto tersebut sedang menggunakan gaya busana yang dijadikanya sebagai referensi bagi para pengikutnya. Foto yang diunggah tersebut memiliki caption atau informasi mengenai tempat dimana ia membeli sepatu yang sedang ia kenakan, takhanya itu saja bahwa terdapat caption lain atau informasi tambahan yang bertuliskan yaitu "Life Happens, Dessert help". Seperti yang kita lihat bahwa Ashley Micheller pada foto yang diunggahnya sedang berada dalam tolo dessert sehingga caption yang dipilih merupakan caption yang disesuaikan dengan foto yang diunggahnya.

3.2 Pembahasan

Pembahasan ini mengaitkan antara hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan para informan dengan teori-teori yang sesuai sehingga dapat menjawab fokus penelitian ini. Storey dalam Febriano (2018) mengatakan bahwa Stuart Hall Dengan teorinya yaitu mengenai Analisis resepsi memiliki sistematika penyampaian pesan media yang digambarkan secara satu arah, yaitu di mana komunikator sebagai pengirim pesan diposisikan sebagai sumber atas informasi atau pesan yang dibuatnya. Posisi Hegemoni Dominan sebagai situasi dimana media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media secara kebetulan juga disukai oleh khalayak (Ghassani & Nugroho, 2019). Stuart hall mengatakan tidak adanya kepastian mengenai resepsi khalayak yang dihasilkan dari sebuah produksi akan sama dengan apa yang diharapkan oleh pengirim atau seseorang yang membuat pesan tersebut. kode yang akan digunakan dalam pesan tidak selamanya menjadi simetris. Berdasarkan pandangan dari Stuart Hall tersebut maka peneliti ingin mengetahui bagaimana para pengikut dari akun instagram @ashleymicheller_ meresepi pesan yang tersaji di akun Instagram @ashleymicheller_. Menurut (Azhari, 2020) Respon dari followers akan diklasifikasikan berdasarkan tiga posisi penonton yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Tiga posisi penonton dalam merespon sebuah teks yang dikemukakan Stuart Hall, yakni Posisi Hegemoni Dominan, Posisi Negosiasi, dan Posisi Oposisi.

Memberikan informasi mengenai referensi referensi *style fashion essential*, akun instagram @ashleymicheller_ Mengunggah beberapa foto-foto dan video menarik mengenai pakaian atau aksesoris yang ia kenakan. maka dari itu Sebelum mengunggah sebuah foto atau video mengenai gaya busana yang dikenakan sebagai bahan referensi akun instagram @ashleymicheller_ akan memilih dengan baik *style fashion essential* yang akan ia kenakan. Kemudian setelah itu Ashley Micheller sebagai akun instagram @ashleymicheller_ Akan melakukan beberapa foto ataupun video yang menampilkan dan menonjolkan gaya busana yang ia kenakan dengan baik. Hal ini dilakukan oleh akun instagram @ashleymicheller_ dengan harapan agar dapat merangsang ketertarikan baik pengguna Instagram maupun pengikutnya untuk menyukai postingan yang telah diunggah oleh akun instagram @ashleymicheller_ terutama menyukai referensi-referensi yang telah diberikan. Setelah itu, Ashley Micheller akan menggunakan caption sebagai informasi tambahan mengenai foto atau video yang akan diunggahnya.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dari wawancara dengan beberapa informasi bahwa seluruh Informan beranggapan bahwa referensi-referensi serta foto-foto ataupun video yang diposting oleh akun instagram @ashleymicheller_ sangat menarik dan membantu informasi dalam memilih *style fashion essential* baik dari pakaian maupun aksesorisnya. Kemudian informan 2 memiliki pendapat bahwa tidak semua *style fashion* yang dimiliki oleh akun

instagram @ashleymicheller_. Menarik baginya dan dapat digunakan oleh dirinya. dalam hal ini informan 2 mencampurkan interpretasinya terhadap foto maupun video yang diunggah oleh akun instagram @ashleymicheller_ dengan pengalaman tertentu yang sudah dialami oleh informan 2 dengan mengungkapkan bahwa tidak semua style fashion yang dimiliki oleh akun instagram @ashleymicheller_ cocok untuk dikenakan olehnya. Hal ini mengindikasikan bahwa informan 2 Berada di dalam posisi pembacaan *negotiated reading*, yang akan menggambarkan bahwa posisi ini adalah posisi kombinasi.

Satu sisi para audiens mampu menangkap kode dominan yang berada di dalam teks, tetapi sebagiannya lagi akan menolak karena mereka akan melakukan seleksi manakah yang menurut para audiens atau pengikut cocok atau tidak untuk digunakan ke dalam style fashion dirinya. Posisi ini merupakan posisi kombinasi antara menerima dan menolak, yang dimana para audiens secara umum akan menerima kode dominan namun ada beberapa yang ditolak dalam hal penerapan di dalam sebuah kasus tertentu (Handayani, 2022). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa penerimaan kode pesan tidak semuanya akan dilakukan secara langsung tetapi dengan di seleksi terlebih dahulu. Dengan *audience* atau pengikut dari akun instagram @ashleymicheller_ tidak menerima mentah-mentah pesan atau informasi yang diberikan. Berbeda dari informan lainnya, beberapa informan atau pengikut dari akun instagram @ashleymicheller_ berpendapat bahwa semua referensi-referensi yang diberikan oleh akun instagram @ashleymicheller_ melalui unggahan foto maupun video sangat menginspirasi pengikut untuk memilih *style fashion essential* yang akan dikenakan. Di mana sebagian informan atau pengikut dari akun instagram @ashleymicheller_ akan membeli pakaian maupun aksesoris yang digunakan oleh Ashley, Karena menurut mereka referensi yang diberikan oleh Ashley sangat sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Maka dari itu informan ini berada pada posisi pembacaan *dominant-hegemonic reading*, Di mana audiens pada posisi ini sudah mempunyai pemahaman yang sama dan audiens atau pengikut dari Ashley akan langsung menerima dengan baik pesan yang disampaikan oleh Ashley mengenai referensi *style fashion essential*.

Selanjutnya caption pada foto maupun video yang diunggah oleh akun instagram @ashleymicheller_ untuk memberikan informasi tambahan atau menjelaskan mengenai suasana yang ada di dalam foto yang diunggah tersebut. Dalam penulisan caption akun instagram @ashleymicheller_ cenderung tidak banyak mendeskripsikan sebuah kata namun akun instagram @ashleymicheller_ fokus dalam memberikan informasi mengenai di mana ia membeli baik pakaian maupun aksesoris yang dijadikan referensi kepada para pengikutnya. Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa informan, sebagian besar informan merasakan bahwa caption yang dibuat oleh akun instagram @ashleymicheller_ sangat menginspirasi dan sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi pada foto tersebut, Selain itu caption yang dibuat oleh akun instagram @ashleymicheller_ Dalam foto maupun video mengenai referensi-referensi yang diberikan sangat informatif di mana caption tersebut berisi tentang brand yang dikenakan baik pakaian maupun aksesorisnya. Dalam hal ini informan berada dalam posisi pembacaan *dominant hegemonic reading*. Di mana audiens pada posisi ini sudah mempunyai pemahaman yang sama dan audiens atau

pengikut dari Ashley akan langsung menerima dengan baik pesan yang disampaikan oleh Ashley mengenai caption yang ia buat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti telah lakukan melalui wawancara mendalam dan observasi mengenai pembacaan(resepsi) khalayak tentang referensi *style fashion essential* yang tersaji dalam akun instagram @ashleymicheller_, maka peneliti kemukakan kesimpulan dimana beberapa informan atau pengikut dari akun instagram @ashleymicheller_ berpendapat bahwa semua referensi-referensi yang diberikan oleh akun instagram @ashleymicheller_ melalui unggahan foto maupun video sangat menginspirasi pengikut untuk memilih *style fashion essential* yang akan dikenakan. Maka dari itu informan ini berada pada posisi pembacaan dominant-hegemonic reading, Di mana audiens pada posisi ini sudah mempunyai pemahaman yang sama dan audiens atau pengikut dari Ashley akan langsung menerima dengan baik pesan yang disampaikan oleh Ashley mengenai referensi *style fashion essential*. Namun adajuga audience yang tidak menerima mentah-mentah pesan atau informasi yang diberikan. Berbeda dari informan lainnya, dimana informan 2 mencampurkan interpretasinya terhadap foto maupun video yang diunggah oleh akun instagram @ashleymicheller_ dengan pengalaman tertentu yang sudah dialami oleh informan 2 dengan mengungkapkan bahwa tidak semua *style fashion* yang dimiliki oleh akun instagram @ashleymicheller_ cocok untuk dikenakan olehnya. hal ini mengindikasikan bahwa informan 2 Berada di posisi pembacaan negotiated reading, yang menjelaskan bahwa posisi ini merupakan posisi kombinasi.

Daftar Pustaka

- Agusta, R. (2021). Analisis resepsi audiens remaja terhadap romantisme film Dilan 1990. *ProTVF : Jurnal Kajian Televisi dan Film*.
- Anindhita, M. (2022). Analisis Resepsi Followers Akun @Roughneck1991 Terhadap KonteN "Roughneck Shopee 11.11." *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper PSGESI UWP, September, 9(1)*. <https://doi.org/10.38156/gesi.v9i01.210>
- Azhari, M. (2020). Analisis Resepsi Pengikutakun Instagram @Maknews Pada Konten Religi #Jumatberkah. *Journal Of Communication And Science, 2(1)*.
- Berahim, R. A., Mayasari, & Kusumaningrum, R. (2022). ANALISIS RESEPSI Pengikut Akun Tiktok @Podcastkeselaje Dalam Penggunaan Bahasa Jaksel. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosia, 9*, 3989–3995.
- Claretta, D., Fauziah, A., Hikmah, A. N., & Hikmah, A. N. (2022). Analisis Resepsi Mahasiswa Tentang Konten Dalam Akun Tiktok @rizkyrn_. *Jurnal Socia Logica, 1(2)*. <https://doi.org/10.572349/socialogica.v1i2.147>
- Dwiputra, K. O. (2020). Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*.
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). Pornografi dalam film: analisis resepsi Film "men, women & children." *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.11347>
- Febriano, M. R. (2018). *Pembacaan Audiens Tentang Destinasi Wisata Bandung (Analisis Resepsi Pengikut Akun Instagram @Explorebandung)*. Skripsi Telkom

University. Telkom University.

- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127–134.
- Handayani, R. (2022). Analisis Resepsi Remaja Pada Adegan Lesbian Dalam Series Sianida (Episode 1). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Majid, M. N. (2020). Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Hoax Di Media Sosial. *Ettisal: Journal Of Communication* /, 5(2). <https://doi.org/10.21111/Ejoc.V5i2.4655>
- Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Empat.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society : Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media Group.
- Oktaviyani, D. T. S. A. R. P. (2021). Pemaknaan Khalayak Terhadap Maskulinitas Melalui Fashion Hijab Pada Akun Instagram @Strngrrr. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2.
- Pane, D. M., Punia, I. N., & Nugroho, W. B. (2018). Fashion Sebagai Penciptaan Identitas Diri Remaja Di Kota Denpasar. *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Pawaka, D. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @Indonesiafeminis Dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *Aguna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70–86. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/aguna/>
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). Analisis Resepsi Remaja Perempuan Terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video 'Belanja Gak Aturan' Dalam Akun Tiktok @Handmadeshoesby. *Jurnal Representamen*, 7(1). <https://doi.org/10.30996/Representamen.V7i01.5129>
- Savira, R. (2022). Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Akun Tiktok @Drrichardlee. *Linmasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.23969/Linimasa.V5i1.4461>
- Sihombing, H. L. S., & Rakhmad, W. N. (2019). Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita. *Ilmu Komunikasi*.
- Trisnawati, T. Y. (2011). Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikasi. *The Messenger*, 3(1).