

# PENGALAMAN KONTEN KREATOR MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MEMBANGUN TREN MODE BUSANA PEREMPUAN GENERASI Z

AZZAHRA VIA TANARO

## ABSTRAK

Maraknya kemunculan konten kreator menjadi sebuah fenomena tersendiri di era digital. Di akhir tahun 2019, TikTok menjadi aplikasi yang populer dikalangan konten kreator muda khususnya pada bidang *fashion*. Dari popularitas konten *fashion* pada TikTok, muncul tren-tren busana yang melibatkan para konten kreator khususnya Generasi Z. **Penelitian ini bertujuan** untuk mengetahui pengalaman, motif, dan makna para kreator di bidang *fashion* menggunakan media sosial TikTok dalam membangun tren mode busana perempuan Generasi Z dengan menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz. **Metode yang digunakan** ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. **Untuk mendapatkan data**, penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Peneliti menggunakan empat tahapan analisis data menurut Miles & Huberman, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi. **Hasil penelitian** melibatkan lima informan dan mendapatkan data bahwa pengalaman, motif, dan makna disampaikan oleh konten kreator bervariasi. Motif keikutsertaan dalam membangun tren busana di TikTok termasuk kesesuaian dengan selera *fashion* pribadi, menarik perhatian audiens, meningkatkan *engagement* akun, dan FOMO. Makna membangun tren busana di TikTok melibatkan pengembangan industri *fashion* dan UMKM, antusiasme, dan ekspresi diri. Pengalaman konten kreator terdiri dari tiga tema yaitu: proses pengolahan konten, pesan utama yang disampaikan, dan tantangan. **Penelitian ini menyimpulkan** bahwa TikTok sebagai media sosial memiliki kesesuaian karakteristik dengan Generasi Z dan memiliki fitur yang menunjang para konten kreator di bidang *fashion*. Konten kreator bidang *fashion* Generasi Z memiliki motif dan makna tersendiri dalam menggunakan media sosial TikTok berdasarkan pengalaman pribadi yang mereka alami.

**Kata kunci:** Konten kreator, TikTok, tren busana, fenomenologi

**THE EXPERIENCE OF CONTENT CREATORS ON THE USE OF TIKTOK  
IN SHAPING GENERATION Z WOMEN'S FASHION TRENDS**

**AZZAHRA VIA TANARO**

**ABSTRACT**

*The prevalence of content creators has become a phenomenon in the digital era. By the end of 2019, TikTok emerged as a popular platform among young content creators, especially in the fashion field. From the popularity of fashion content on TikTok, fashion trends involving content creators, particularly from Generation Z, have emerged. **This study aims to** explore the experiences, motives, and meanings of fashion content creators using TikTok as a medium to create fashion trends for Generation Z women, employing Alfred Schutz's Phenomenology Theory. A **qualitative research method** with a phenomenological approach was utilized, and purposive sampling was employed for participant selection. **Data were collected** through in-depth interviews, observations, documentation, and literature studies. **Data analysis followed** the four stages of data analysis proposed by Miles & Huberman: data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions/verification. **The study involved five informants**, and the data revealed that the experiences, motives, and meanings conveyed by content creators varied. Motives for participating in fashion trend building on TikTok included personal fashion preferences, attracting audience attention, increasing account engagement, and FOMO (Fear of Missing Out). The meanings of building fashion trends on TikTok involved fostering the fashion industry and SMEs (Small and Medium Enterprises), enthusiasm, and self-expression. The content creators' experiences encompassed three themes: content creation process, main messages conveyed, and challenges faced. **The study concludes** that TikTok, as a social media platform, aligns with the characteristics of Generation Z and provides features that support fashion content creators. Fashion content creators from Generation Z have their own motives and meanings in using TikTok as a social media platform, based on their personal experiences.*

**Keywords:** Content creator, TikTok, fashion trends, phenomenology