BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah ada diteliti sebelumnya, dan memiliki objek atau pembahasan yang relevan dengan yang di teliti oleh penulis saat ini. Adapun penelitian terdahulu memungkinkan penulis untuk membandingkan atau melihat sudut pandang lain yang akan di teliti. Berikut di bawah ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan isi atau topik penelitian yang akan di teliti, yaitu:

1. Enggar Setyowati & Thriwaty Arsal (2023) yang berjudul "Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang".

   Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial TikTok, bentuk perilaku imitasi, seta dapak perilaku imitasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa melakukan perilaku imitasi terhadap berbagai konten TikTok, dipengaruhi juga oleh ketertarikan terhadap konten vviral yang sering di akses. Peneliteian ini releva karena sama-sama membahas tentang perilaku imitasi pada mahasiswa, tetapi penelitian ini masih berfous terhadap perilau imitasi secara umum, juga tidak berfokus pada konten tertentu.

2. Jessica Claudia Kristino (2022) dengan judul "Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh pada Generasi Milenial".

   Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena imitasi generasi milenial terhadap gaya hidup influencer di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial melakukan imitasi terhadap berbagai aspek gaya hidup influencer, seperti gaya berpakaian, penggunan produk tertentu hingga pola komunikasi yang ditampilkan di media sosial. Penelitian ini relevan karena penelitian yang dilakukan karena sama-sama membahas perilaku imitasi yang dipengaruhi oleh media sosial. Namun

penelitian tersebut belum spesfik membahas tentang imitasi secara khusus.

3. Masda, Nasruddin Suyuti & Asmurti (2024) dengan judul " Media Sosial TikTok Sebagai Sumber Informasi Fashion"

   Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial TikTok dimanfaatkan sebagai sumber informasi fashion oleh mahasiswa, serta faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa memilih TikTok sebagai referensi dalam mencari informasi fashion. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi fashion karena kontennya menarik, mudah dijadikan referensi, harga produk yang terjangkau, tersedia voucher gratis ongkir, serta memudahkan pembelian produk fashion melalui TikTok Shop. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan karena sama-sama membahas penggunaan media sosial TikTok dalam konteks fashion pada mahasiswa dan menggunakan pendekatan kualitatif. Namun, penelitian tersebut berfokus pada pemanfaatan TikTok sebagai sumber informasi atau referensi fashion, sedangkan penelitian ini berfokus pada proses perilaku imitasi fashion mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas melalui konten fashion di TikTok berdasarkan perspektif Social Learning Theory.

4. Adelia Regina Damayanti, Linda Anjarsari, dan Namira Anjani (2022) dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar".

   Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup berpakaian remaja ikom Untidar, dengan menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan survei. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup berpakaian remaja, semakin tinggi penggunaan TikTok, maka semakin besar pengaruhnya terhadap gaya berpakaian pengguna. Penelitian ini

relevan dengan penelitian yang dilakukan karena sama membahas pengaruh TikTok terhadap perilaku fashion. Namun penlitian ini masih bersifat umum pada penggunaan TikTok secara keseluruhan,

5. Evi Yunita dan Harfy Yuliani (2023) dengan judul " Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Trend Fashion pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu"

   Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan TikTok terhadap tren fashion di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitif dengan pendekatan survei melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok berpengaruh signifikan terhadap tren fashion. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan TikTok, maka semakin besar pengaruhnya terhadap pemahaman dan pembentukan tren fashion pada pengguna. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan karena sama-sama mengkaji peran TikTok dalam membentuk perilaku fashion pada mahasiswa. Namun, penelitian ini masih berfokus kepada TikTok secara umum tanpa fokus kepada konten tertentu.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti/ Tahun Metode	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Enggar Setyowati & Thriwaty Arsal (2023)	Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang	Sama-sama membahas penggunaan TikTok dan perilaku imitasi pada mahasiswa sebagai objek penelitian.	Penelitian terdahulu lebih menekankan hubungan penggunaan TikTok dengan perilaku imitasi mahasiswa. Sedangkan, penelitian ini berfokus untuk menganalisis bagaimana proses perilaku imitasi fashion terbentuk melalui 4 tahapan dalam perspektif Social Learning Theory.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok berkaitan dengan munculnya perilaku imitasi pada mahasiswa. TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi media yang memengaruhi perilaku mahasiswa

				melalui berbagai konten yang dikonsumsi.
Jessica Claudia Kristino (2022)	Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh pada Generasi Milenial	Sama-sama membahas perilaku imitasi yang dipengaruhi oleh media sosial serta menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.	Penelitian terdahulu berfokus pada imitasi gaya hidup influencer pada generasi milenial secara umum. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada proses perilaku imitasi fashion mahasiswa melalui konten fashion di TikTok dengan menggunakan perspektif Social Learning Theory.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung melakukan imitasi gaya hidup influencer melalui media sosial. Bentuk imitasi yang ditemukan meliputi imitasi dalam berpakaian serta penggunaan produk kecantikan yang dipengaruhi oleh influencer.
Masda, Nasruddin Suyuti & Asmurti (2024)	Media Sosial TikTok Sebagai Sumber Informasi Fashion	Sama-sama menggunakan metode kualitatif, membahas	Penelitian terdahulu Penelitian ini berfokus pada TikTok sebagai	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa

		perilaku imitasi fashion, menggunakan TikTok sebagai fokus penelitian,.	sumber informasi fashion dengan teori Uses and Gratifications, sedangkan penelitian ini berfokus pada proses perilaku imitasi fashion mahasiswa melalui konten fashion di TikTok berdasarkan perspektif Social Learning Theory Albert Bandura.	memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi fashion karena kontennya menarik, mudah dijadikan referensi, harga produk terjangkau, tersedia voucher gratis ongkir, serta memudahkan pembelian produk fashion melalui TikTok Shop.
Adelia Regina Damayanti, Linda Anjarsari, dan Namira Anjani (2022)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar	Sama-sama membahas fenomena fashion di TikTok pada kalangan mahasiswa serta melihat bagaimana TikTok	Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh penggunaan TikTok terhadap gaya hidup	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup

		berkaitan dengan perilaku berpakaian.	berpakaian,Sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis proses perilaku imitasi fashion mahasiswa melalui konten fashion di TikTok berdasarkan perspektif Social Learning Theory.	berpakaian remaja. Semakin tinggi penggunaan TikTok, semakin besar pengaruhnya terhadap gaya berpakaian pengguna.
Evi Yunita dan Harfy Yuliani (2023)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Trend Fashion pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Bengkulu	Sama-sama membahas TikTok sebagai media yang berkaitan dengan fashion pada mahasiswa.	Penelitian sebelumnya berfokus pada pengaruh penggunaan TikTok terhadap tren fashion dengan metode kuantitatif. Sedangkan penelitian ini berfokus pada proses perilaku	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok berpengaruh signifikan terhadap tren fashion mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan

			imitasi fashion mahasiswa ketika mengakses konten fashion di TikTok dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan perspektif Social Learning Theory.	TikTok, semakin besar pengaruhnya terhadap pembentukan tren fashion pada mahasiswa.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Teori Social Learning

Teori belajar sosial merupakan pengembangan dari teori belajar perilaku tradisional. Teori ini dikemukakan oleh Albert Bandura yang berupaya mengintegrasikan pendekatan fungsionalisme, yaitu dengan memandang manusia sebagai suatu kesatuan yang utuh dalam proses belajarnya. (Bandura, 1986). Prinsip utama dalam teori ini menyatakan bahwa proses pembelajaran, khususnya dalam aspek sosial dan moral, terjadi melalui mekanisme peniruan (imitation) serta pemberian contoh perilaku. Individu dapat membentuk atau mengubah perilakunya dengan cara mengamati bagaimana orang lain atau kelompok tertentu merespons suatu stimulus. Selain itu, seseorang juga mampu memperoleh respon baru melalui proses observasi terhadap perilaku yang ditampilkan oleh model atau orang lain di lingkungannya.

Salah satu prinsip dalam teori pembelajaran sosial Bandura adalah pemodelan (modeling), yaitu proses belajar melalui contoh atau peniruan perilaku. Melalui proses pemodelan ini, individu mempelajari suatu perilaku dengan mengamati dan menirukan tindakan yang ditampilkan oleh model. Dalam konteks penelitian ini, model tersebut dapat berupa konten fashion di TikTok, sehingga diharapkan dapat dipahami bagaimana proses terbentuknya perilaku imitasi fashion pada mahasiswa.

Terdapat 4 proses yang terlibat dalam social learning theory, yaitu perhatian (attention), mengingat (retention), produksi (production), motivasi (motivation).

1. Attention (Perhatian)

   Attention merupakan tahap awal dalam proses pembelajaran sosial, yaitu ketika individu mulai memusatkan fokus pada model atau perilaku yang diamati. Pada tahap ini, tidak semua rangsangan dari lingkungan akan diperhatikan, melainkan hanya stimulus yang dianggap menarik atau relevan bagi individu.

2. Retention (Penyimpanan/Mengingat)

   Retention adalah proses ketika individu menyimpan informasi yang diperoleh melalui hasil pengamatan ke dalam ingatan untuk digunakan kembali di kemudian hari. Informasi tersebut dapat tersimpan dalam bentuk visual maupun simbolik.

3. Reproduction (Peniruan/Penerapan)

   Reproduction merupakan tahap ketika individu mulai menerapkan atau menirukan perilaku yang telah diamati sebelumnya. Proses ini dipengaruhi oleh kemampuan individu serta kesempatan untuk melakukan perilaku tersebut.

4. Motivation (Motivasi)

   Motivation adalah dorongan yang mempengaruhi individu untuk melakukan perilaku yang telah dipelajari. Dorongan ini dapat berasal dari penguatan sosial, seperti penerimaan lingkungan, pujian, atau keinginan untuk mengikuti tren.

Social Learning Theory dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses terbentuknya perilaku imitasi fashion pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas melalui media sosial TikTok. Teori ini digunakan untuk menggambarkan bahwa perilaku imitasi tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui tahapan bertahap mulai dari perhatian terhadap konten fashion, penyimpanan informasi, proses peniruan, hingga munculnya motivasi untuk mengikuti tren fashion yang ditampilkan di TikTok. Dengan demikian, teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana proses perilaku imitasi fashion terbenuk pada mahasiswa setelah mereka mengakses konten fashion TikTok melalui tahapan attention, retention, reproduction, dan motivation.

2.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan media berbasis internet yang digunakan sebagai sarana interaksi sosial antar individu dalam dunia digital. Melalui media sosial, pengguna dapat melakukan berbagai aktivitas seperti

berkomunikasi, berbagi informasi, serta membangun jaringan sosial secara luas tanpa batasan ruang dan waktu. Media sosial juga memungkinkan terjadinya komunikasi yang bersifat interaktif, dimana pengguna tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat berperan sebagai penyebar informasi (Salsabillah & Yuniarti, 2023).

Dalam perkembangan teknologi saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi karena kemudahan akses, kecepatan penyebaran informasi, serta penyajian konten yang menarik dan mudah dipahami (Sutrisno & Mayangsari, 2021).

Dalam penelitian ini, media sosial yang digunakan adalah platform TikTok yang dimanfaatkan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas sebagai media untuk mengakses berbagai konten, termasuk konten tren fashion.

a. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari media konvensional. Menurut Nasrullah (2015), karakteristik media sosial terdiri dari beberapa aspek utama.

1. Network (jaringan)

   Media sosial membentuk jaringan yang menghubungkan antar pengguna sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi serta pertukaran informasi secara luas.

2. Information (informasi)

   Media sosial berfungsi sebagai wadah bagi pengguna untuk memproduksi, menyebarkan, dan mengakses berbagai informasi, termasuk informasi berita.

3. Interactivity (interaksi)

   Menggambarkan kemampuan media sosial dalam menghadirkan komunikasi dua arah antar pengguna melalui komentar, tanda suka, maupun berbagi konten.

4. Simulation Of Society (simulasi sosial)

media sosial menciptakan ruang sosial virtual yang merepresentasikan kehidupan sosial di dunia nyata.

Karakteristik tersebut menjadikan media sosial sebagai media yang efektif dalam penyebaran informasi, termasuk berita yang dikonsumsi oleh Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012.

b. Kategori Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015), media sosial dapat dibagi ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Social Networking, media untuk membangun hubungan sosial antar pengguna.
2. Blog, media untuk membagikan informasi serta pengalaman pribadi.
3. Microblogging, media untuk menyampaikan informasi secara singkat.
4. Media Sharing, media untuk berbagi konten dalam bentuk video, gambar, dan audio.
5. Social Bookmarking, media untuk mencari serta mengelola informasi.
6. Wiki, media kolaboratif yang memungkinkan pengguna membuat dan mengedit konten bersama.

Dalam penelitian ini, TikTok termasuk dalam kategori media sharing, karena digunakan untuk membagikan konten berbentuk video pendek.

2.2.3 TikTok Sebagai Media Konsumsi Konten Fashion

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang banyak digunakan oleh Generasi Z. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai jenis konten, seperti hiburan, edukasi, hingga tren yang sedang berkembang, termasuk konten fashion. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi sumber

inspirasi dalam gaya berpakaian serta mampu memengaruhi pola konsumsi dan citra sosial penggunanya (Winata dkk, 2025).

Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas memanfaatkan TikTok untuk mengakses konten fashion karena penyajiannya yang singkat, menarik, dan mudah dipahami. Karakteristik TikTok yang berbasis visual serta didukung oleh algoritma yang menyesuaikan konten dengan minat pengguna menyebabkan individu lebih sering terpapar konten fashion secara berulang.

Hal tersebut menyebabkan pengguna lebih sering terpapar berbagai konten fashion, kemudian dapat dijadikan referensi dalam memilih atau meniru gaya berpakaian sehari-hari.

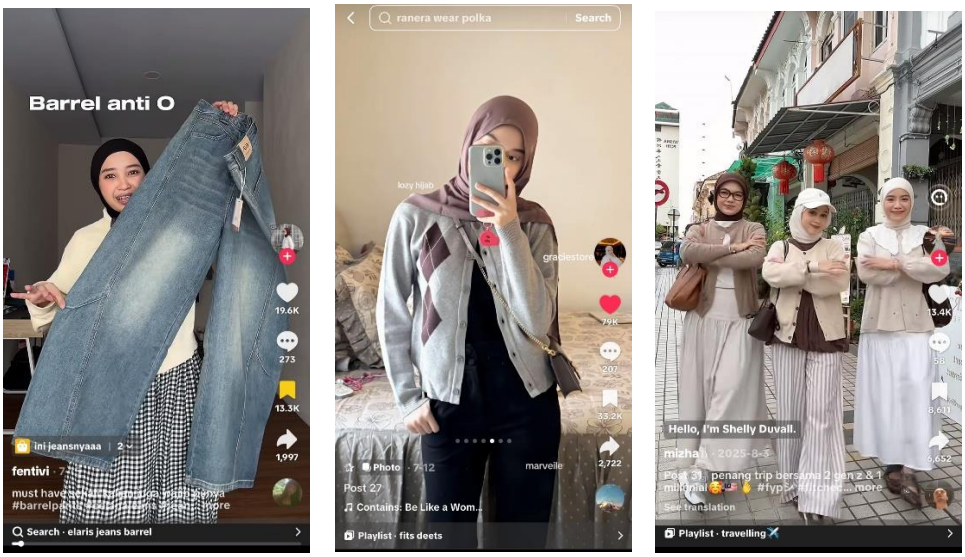
2.2.4 Konten Fashion di TikTok

Menurut Ikapi dalam Basarah dan Romaria (2020), konten merupakan Informasi yang disajikan melalui suatu media atau halaman situs. Konten berfungsi sebagai sarana komunikasi, penyampaian informasi, hiburan, persuasi, interpretasi, hingga penyebaran budaya (Pratama, 2020). Bentuknya dapat berupa foto, video, audio, maupun multimedia yang mudah diakses oleh pengguna. Dalam konteks TikTok, konten dikemas dalam bentuk video pendek yang memungkinkan pengguna memperoleh berbagai informasi, termasuk mengenai tren dan inspirasi fashion.

Salah satu jenis konten yang bisa ditemukan di TikTok adalah konten fashion. Konten ini menyajikan berbagai informasi mengenai gaya berpakaian, seperti outfit of the day (OOTD), mix and match, rekomendasi produk fashion, fashion haul, hingga spill outfit. Istilah spill outfit digunakan untuk membagikan informasi mengenai pakaian atau aksesori yang dikenakan oleh influencer, content creator, maupun pengguna lain, sehingga dapat dijadikan referensi oleh audiens.

Menurut (Edib 2021 dalam Adella 2023), konten spill outfit merupakan konten yang berisi rekomendasi atau tutorial memadukan pakaian sesuai dengan berbagai aktivitas, seperti outfit kuliah, bekerja,

hangout, maupun acara tertentu. Selain itu, konten ini juga sering memuat ulasan mengenai produk fashion yang sedang populer, seperti baju, celana,



Gambar 2.1

Contoh Konten Fashion di TikTok

(spill outfit, outfit check, outfit recap)

(Sumber: Olahan Peneliti, 2026)

Dalam penelitian ini, konten fashion di TikTok dipahami sebagai berbagai konten yang menampilkan referensi gaya berpakaian dan tren fashion yang diakses oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas melalui platform TikTok. Konten-konten tersebut menjadi objek yang diamati mahasiswa sebelum munculnya proses perilaku imitasi fashion yang dianalisis menggunakan perspektif Social Learning Theory.

2.2.5 Perilaku Imitasi Fashion

Perilaku imitasi merupakan kecenderungan individu untuk meniru perilaku orang lain setelah melakukan proses pengamatan. Dalam perspektif Social Learning Theory, Bandura menjelaskan bahwa sebagian besar perilaku manusia dipelajari melalui observasi terhadap model di lingkungan sosial maupun media, bukan hanya melalui pengalaman langsung (Bandura, 1977).

Proses pembelajaran melalui observasi ini membuat individu dapat membentuk perilaku baru dengan cara memperhatikan, menyimpan informasi, kemudian mereproduksi perilaku yang diamati sesuai dengan kondisi dan motivasi tertentu.

Dalam konteks fashion, perilaku imitasi terjadi ketika individu meniru gaya berpakaian atau tren yang mereka lihat dari model seperti influencer, selebgram, atau konten kreator di media sosial. Media sosial seperti TikTok menyediakan banyak model visual yang memudahkan pengguna untuk mengamati dan meniru berbagai tren fashion yang sedang berkembang.

Menurut Savira (2020), proses pembelajaran sosial berlangsung melalui empat tahapan, yaitu perhatian (attention), penyimpanan (retention), reproduksi (reproduction), dan motivasi (motivation), yang menjelaskan bagaimana perilaku imitasi dapat terbentuk melalui proses kognitif individu.

Menurut Social Learning Theory, proses belajar tidak hanya terjadi melalui Tindakan langsung, tetapi juga melalui pengamatan yang kemudian membentuk Gambaran kognitif pada individu. Berdasarkan hal tersebut, (Bandura,1987) menjelaskan bahwa proses belajar kognitif dalam perilaku dapat di klasifikasikan ke dalam 4 tahapan, yaitu:

1) Fase atensi/perhatian (Attention)

   Fase perhatian (attention) merupakan tahap awal dalam proses belajar melalui pemodelan, di mana individu mulai memperhatikan model yang diamati. Dalam teori Bandura, model adalah apa saja yang menyampaikan informasi seperti orang, film, televisi, pameran, gambar atau instruksi. Tingkat perhatian seseorang dipengaruhi oleh karakteristik model, misalnya kesamaan usia, jenis kelamin, status sosial, daya tarik, serta kemampuan yang dimiliki model. Semakin relevan atau menarik model tersebut bagi individu, semakin besar kemungkinan model tersebut diperhatikan. Selain itu, kemampuan

individu dalam menyerap informasi juga memengaruhi seberapa efektif proses perhatian dalam pembelajaran melalui pengamatan.

Mahasiswa cenderung tertarik memperhatikan berbagai konten fashion di TikTok, terutama yang menampilkan gaya berpakaian yang sedang tren atau digunakan oleh influencer.

2) Fase retensi/mengingat (Retention)

Fase retensi (Retention) adalah tahap ketika individu menyimpan informasi yang didapatkan dari hasil pengamatan model dalam ingatan. Informasi dapat disimpan dalam bentuk Gambaran visual maupun simbol verbal, yang membantu individu untuk mengingat kembali perilaku yang telah diamati. Proses ini memungkinkan individu untuk menyimpan dan memanggil kembali informasi tersebut di kemudian hari, sehingga perilaku yang di observasi dapat ditiru meskipun tidak dilakukan secara langsung saat itu. Kemampuan seseorang dalam menyimpan dan mengelola informasi sangat penting, karena berperan dalam keberhasilan proses belajar melalui pengamatan. Dari konten yang sering dilihat, mahasiswa cenderung menyimpan informasi mengenai gaya fashion tertentu yang kemudian mudah untuk diingat.

3) Fase reproduksi (Reproduction)

Fase reproduksi (reproduction) adalah tahap ketika individu mulai menampilkan kembali perilaku yang telah dipelajari melalui pengamatan model. Pada tahap ini, informasi yang tersimpan dalam ingatan digunakan sebagai panduan untuk melakukan tindakan nyata. Kemampuan seseorang dalam meniru perilaku sangat dipengaruhi oleh tingkat perkembangan dan keterampilan individu. Proses ini juga melibatkan evaluasi diri, di mana individu membandingkan perilaku yang dilakukan dengan perilaku model yang diamati, sehingga dapat melakukan perbaikan jika terdapat kesalahan hingga perilaku yang ditampilkan sesuai dengan yang dipelajari.

Setelah melihat dan menyimpan informasi tersebut, mahasiswa mulai menerapkan atau menyesuaikan gaya berpakaian yang pernah diamati dari TikTok dalam aktivitas sehari-hari.

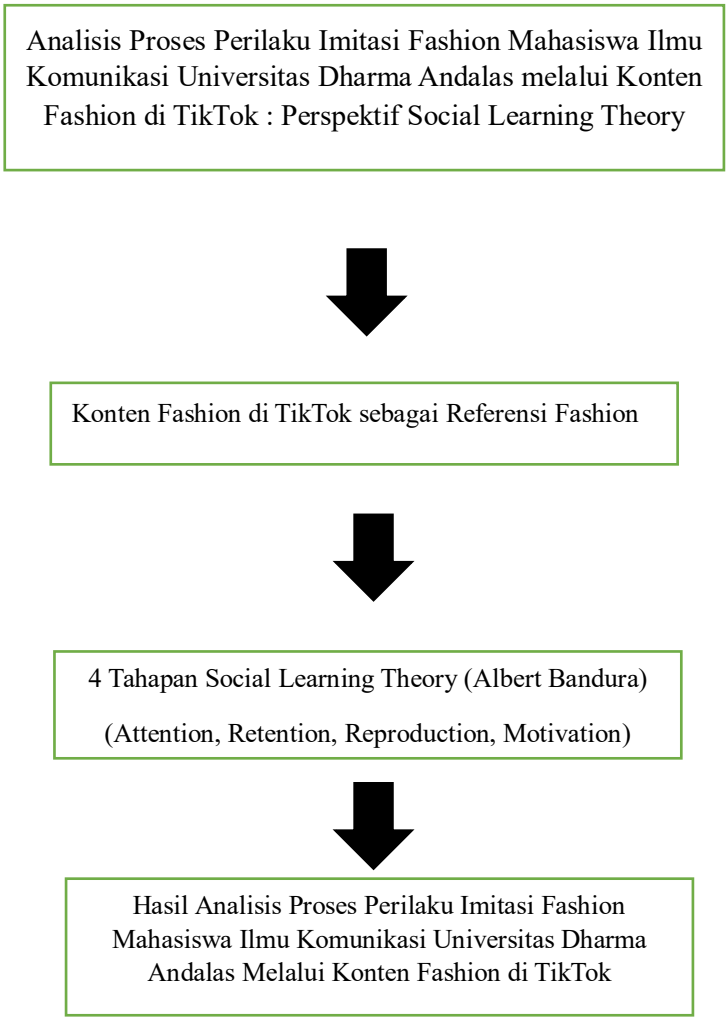
4) Fase motivasi (motivation)

Dalam teori Bandura, penguatan (reinforcement) memiliki dua fungsi utama, yaitu membentuk harapan individu, bahwa jika sseorang melakukan perilaku seperti model yang diamati, maka kemungkinan yang diharapkan yaitu memperoleh hasil yang sama. serta menjadi dorongan untuk menerapkan hasil pembelajaran ke dalam perilaku nyata. Selain itu, motivasi juga berperan penting dalam mendorong individu untuk bertindak. Motivasi berkaitan erat dengan self-efficacy, yaitu keyakinan seseorang terhadap diri sendiri dalam melakukan suatu Tindakan. Semakin tinggi self-efficacy seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut untuk berhasil melakukan perilaku yang dipelajari dan mencapai hasil yang diharapkan. Sebaliknya, rendahnya keyakinan diri dapat mengurangi dorongan untuk bertindak. Dengan demikian, keyakinan individu menjadi faktor penting dalam menentukan munculnya perilaku, baik yang berasal dari dalam diri maupun dipengaruhi lingkungan.

Keinginan untuk tampil menarik, mengikuti perkembangan tren, serta penyesuaian diri dengan lingkungan pergaulan bisa menjadi dorongan utama mahasiswa dalam meniru tren fashion yang ada di TikTok.

2.3 Kerangka Berfikir

Tabel 2.2 Kerangka Berfikir



Sumber : Oleh Peneliti, 2026