

BAB IV

KESIMPULAN

Media sosial adalah sebuah media daring (*online*), dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi [blog](#), [jejaring sosial](#), *wiki*, forum dan [dunia virtual](#). *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. *Sosial media* menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat oleh teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur.

Di Jepang media sosial mulai populer dengan adanya media sosial *MiXi* di tahun 2005. *MiXi* merupakan salah satu media sosial di Jepang yang bersifat *community entertainment* dimana berbagai orang dapat berkumpul dan saling sharing tentang satu hal yang sama ataupun juga hal baru. Bermula dari media sosial *MiXi*, media sosial lain pun ikut berkembang seperti twitter, facebook, Instagram dan lain sebagainya. Kemudian pada tahun 2010 aplikasi instagram mulai berkembang, *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata *insta* berasal dari kata instan, seperti kamera [polaroid](#) yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti [polaroid](#) di dalam tampilannya sedangkan untuk kata *gram* berasal dari kata [telegram](#) yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan [internet](#), sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *instagram* merupakan kata instan dan telegram.

Seiring berkembangnya aplikasi instagram juga membuat para penggemar fashion menggunakan instagram sebagai wadah apresiasi gaya busana mereka. Fashion sendiri memiliki definisi berbeda-beda, tetapi pengertian fashion pada prinsipnya tetap tidak terpisah dari perubahan selera masyarakat di zamannya. Mengenai fashion, seintas adalah mengenai pakaian atau busana.

Sehingga *instagram* sebagai media sosial dapat mempengaruhi gaya berbusana seseorang. Berdasarkan penelitian ini (tahun 2018) sebanyak 100% kalangan anak muda di Jepang menegtahui *instagram* dan sebanyak 83.9% responden mengaku memiliki akun *instagram*. Hasil responden ini menyatakan bahawa kalangan anak muda di Jepang sangat tertarik dengan menggunakan aplikasi *instagram* ini, dan sebanyak 50% responden mengaku cukup sering menggunakan aplikasi *instagram*. Disisi lain, *instagram* menjadi pengaruh fashion bagi kalang anak muda di Jepang hal ini bisa di lihat sebanyak 54% atau lebih dari setengah responden yang menyukai akun fashion pakaian. Dengan demikian *instagram* berdampak positif dikalangan anak muda di Jepang karena dengan *instagram* anak muda di Jepang dapat mengapresiasi atau mencari gaya berbusana yang mereka inginkan.

