



Pengaruh Daya Tarik Personal Influencer Rania Yamin Terhadap Minat Berkain dan Kepercayaan Diri Followers Tiktok @Raniaayamin

Marshella Oktabrina Saputri¹, Trimamah²
Universitas Islam Sultan Agung Semarang^{1,2}

*Email Korespodensi: marshellaoktabrina154@gmail.com

Diterima: 06-06-2025 | Disetujui: 07-06-2025 | Diterbitkan: 09-06-2025

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of the declining interest of the younger generation in traditional fabrics as an Indonesian cultural identity, due to the dominance of global culture. Rania Yamin as a fashion influencer on Tiktok @raniaayamin brings a positive influence through her style of dressing in fabrics. The purpose of this study was to determine how much influence Rania Yamin's personal appeal has on the interest in fabrics and the self-confidence of her followers. The study used a quantitative explanatory approach with a positivist paradigm. Data were collected through probability sampling techniques on 100 respondents, then analyzed using simple linear regression with the help of SPSS version 27. The results showed that influencer appeal had a positive and significant influence on the interest in fabrics (41%) and self-confidence (30.1%) of Tiktok followers @raniaayamin. This finding strengthens the relevance of rhetorical theory which states that the communicator's appeal can shape the attitudes and behavior of the communicant.

Keywords: *Influencer, Personal Attractiveness, Fabric Interest, Self-Confidence.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena menurunnya minat generasi muda terhadap kain tradisional sebagai identitas budaya Indonesia, akibat dominasi budaya global. Rania Yamin sebagai fashion influencer di Tiktok @raniaayamin hadir membawa pengaruh positif melalui gaya berpakaian berkain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik personal Rania Yamin terhadap minat berkain dan kepercayaan diri followers-nya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan paradigma positivisme. Data dikumpulkan melalui teknik probability sampling pada 100 responden, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik influencer memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkain (41%) dan kepercayaan diri (30,1%) followers Tiktok @raniaayamin. Temuan ini menguatkan relevansi teori retorika yang menyatakan bahwa daya tarik komunikator dapat membentuk sikap dan perilaku komunikan.

Kata kunci: Influencer, Daya Tarik Personal, Minat Berkain, Kepercayaan Diri

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Marshella Oktabrina Saputri, & Trimanah. (2025). Pengaruh Daya Tarik Personal Influencer Rania Yamin Terhadap Minat Berkain dan Kepercayaan Diri Followers Tiktok @Raniaayamin. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 1(2), 253-258. <https://doi.org/10.63822/snrkkm84>

PENDAHULUAN

Keberagaman budaya merupakan identitas bangsa Indonesia yang tercermin dalam ratusan kelompok etnis dengan warisan budaya yang khas dan bermakna simbolis, filosofis, serta estetis (Ramadhanty et al., 2023). Salah satu bentuk budaya tersebut adalah kain tradisional, yang kini menghadapi tantangan pelestarian akibat pengaruh globalisasi dan dominasi budaya asing, terutama dalam dunia fashion. Hal ini dilihat dari gaya busana anak muda yang cenderung menganut model budaya Barat, Eropa, dan Asia khususnya Jepang dan Korea (Aris et al., 2023).

Generasi muda cenderung menganggap kain tradisional sebagai sesuatu yang kuno, tidak praktis, dan eksklusif, sehingga minat untuk mengenakannya dalam keseharian semakin menurun (Trismaya, 2021). Padahal, kain tradisional memiliki potensi sebagai media ekspresi budaya yang dapat dikembangkan secara modern dan relevan.

Influencer media sosial adalah individu biasa yang mencapai status "selebriti" di platform-platform media sosial karena memiliki jumlah pengikut yang besar dan aktif dalam membuat konten di berbagai platform tersebut. Salah satu social media *influencer* yang aktif menyuarakan kain tradisional sebagai bentuk pelestarian budaya bangsa adalah Rania Yamin. Rania merupakan *influencer* yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam memadupadankan kain tradisional di pakaian sehari-hari.

Sikap Rania sebagai fashion *Influencer* kain tradisional khususnya budaya jawa menerima respon yang positif dari pengguna media sosial khususnya pada Tiktok. Hal ini dilihat dari pengikut Rania Yamin yang mencapai 569 ribu *followers* hingga juni 2024 di akun media sosial Tiktok. Namun, respons positif dari audiens masih belum sepenuhnya terejawantahkan dalam praktik penggunaan kain secara aktif.



Gambar 1. Comment Section di Akun Tiktok @raniaayamin

Sumber: akun Tiktok @raniaayamin

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori retorica yang dikemukakan oleh Aristoteles sebagai suatu alat persuasi teori ini dianggap sebagai cabang dialektik yang merupakan bentuk diskusi tatap muka antara satu individu kepada banyak orang (*one-on-one*)(Christin et al., 2021). Pada abad ke-20 retorika diadaptasi menjadi kajian yang berfokus pada perilaku psikologi dan sosiologi. Dimana, teori retorika tidak hanya terbatas pada seni persuasif pidato, melainkan mencakup berbagai aspek penggunaan simbol seperti diskursus publik, komunikasi verbal, nonverbal, serta visualisasi. Seiring

dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, kajian retorika kontemporer semakin meluas seperti film, televisi, radio, permainan, dan platform media online.

Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap fenomena turunnya minat berkain dan kepercayaan diri menggunakan kembali kain tradisional pada anak muda. Selain peran pemerintah, social media *influencer* memiliki andil dalam kembalinya minat masyarakat Indonesia saat ini terhadap kebaya. Salah satu social media *influencer* muda yang aktif dalam menyuarakan kecintaannya terhadap budaya Indonesia adalah Rania Yamin. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melihat seberapa besar pengaruh daya tarik *influencer* Rania Yamin terhadap minat berkain dan kepercayaan diri pada *followers* Tiktok @raniaayamin.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel independen berupa daya tarik personal Rania Yamin sebagai seorang *social media influencer*, serta dua variabel dependen yaitu minat berkain dan kepercayaan diri *followers* akun Tiktok @raniaayamin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk angket tertutup, yang memuat sejumlah pernyataan untuk diisi oleh responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian. Instrumen ini bertujuan untuk memperoleh data empiris mengenai persepsi responden terhadap fenomena yang diteliti. Kuesioner disebarikan secara daring melalui platform Google Form dan ditujukan kepada pengikut aktif akun Tiktok @raniaayamin. Setiap item pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju (1)” hingga “sangat setuju (5)”. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian dianalisis secara statistik untuk mengukur signifikansi pengaruh daya tarik personal Rania Yamin terhadap tingkat minat berkain dan kepercayaan diri para *followers*-nya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Daya Tarik Personal *Influencer* Rania Yamin Terhadap Minat Berkain pada *Followers* Tiktok @raniaayamin

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh melalui SPSS versi 27, ditemukan bahwa variabel daya tarik personal (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkain (Y1) *followers* akun Tiktok @raniaayamin. Hasil uji *t* menunjukkan nilai *thitung* sebesar $5,011 > ttabel$ sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi (*Sig*) sebesar $0,000 \leq 0,05$. Hasil ini mengindikasikan bahwa Daya Tarik Rania Yamin sebagai *social media influencer* merupakan sebuah variabel yang signifikan mempengaruhi minat berkain bagi para *followers* akun Tiktok @raniaayamin sebagai audiens atau penerima pesan dari konten-konten yang disajikan oleh Rania Yamin.

Dalam kaitannya dengan teori Retorika menurut Aristoteles, *Ethos* (kredibilitas), *Pathos* (emosi), *Logos* (logika) merupakan salah satu aspek yang mengindikasikan sumber memiliki daya tarik. Pada konteks penelitian ini, daya tarik personal *influencer* dapat diidentifikasi menggunakan teori Retorika yaitu karakter dan citra diri yang kuat dari komunikator memiliki kemampuan membentuk sikap audiens terhadap objek komunikasi inilah yang mendorong minat terhadap busana berkain sebagai bentuk ekspresi budaya.

Pengaruh Daya Tarik Personal *Influencer* Rania Yamin Terhadap Kepercayaan Diri pada *Followers* Tiktok @raniaayamin

Hasil analisis data terhadap variabel kepercayaan diri (Y2), diketahui bahwa daya tarik personal Rania Yamin juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepercayaan diri *followers*-nya. Hasil uji *t* menunjukkan nilai *thitung* sebesar $3,489 > ttabel$ sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 \leq 0,05$. Artinya, semakin tinggi persepsi audiens terhadap daya tarik personal Rania Yamin, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri mereka dalam mengenakan kain tradisional. Hasil ini mengindikasikan bahwa Daya Tarik Rania Yamin sebagai *social media influencer* merupakan sebuah variabel yang signifikan mempengaruhi kepercayaan diri menggunakan kain tradisional bagi para *followers* akun Tiktok @raniaayamin sebagai audiens atau penerima pesan dari konten-konten yang disajikan oleh Rania Yamin.

Dalam konteks teori Retorika menurut Aristoteles, kepercayaan diri khalayak merupakan salah satu bentuk efek persuasif yang ditimbulkan oleh kaitannya dengan teori Retorika menurut Aristoteles, *Ethos* (kredibilitas), *Pathos* (emosi), *Logos* (logika) yang dimiliki Rania sebagai *social media Influencer*. Daya tarik personal yang konsisten dan autentik mampu membentuk persepsi positif yang berujung pada peningkatan kepercayaan diri dalam mengadopsi gaya berkain sebagai bagian dari identitas kultural mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukannya pengolahan, pengujian, dan analisis data, berikut merupakan beberapa simpulan yang didapatkan oleh peneliti dari penelitian ini:

1. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel daya tarik memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk minat berkain, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai *t hitung* (8.202) yang jauh melebihi *t tabel* (1.984). Temuan ini memperlihatkan bahwa hipotesis nol ($H0_1$) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha_1) diterima, yang berarti terdapat pengaruh nyata dari daya tarik personal Rania Yamin terhadap meningkatnya minat berkain di kalangan pengikutnya. Daya tarik tersebut mencakup aspek seperti penampilan, kesamaan, dan daya pikat yang dirasakan oleh audiens, sehingga mampu menciptakan efek persuasi yang kuat.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara **daya tarik** Rania Yamin sebagai *social media influencer* terhadap **kepercayaan diri** *followers* akun Tiktok @raniaayamin. *Followers* menilai Rania Yamin memiliki daya tarik dari aspek penampilan, kesamaan, serta sikap yang menyenangkan, sehingga mampu memberikan inspirasi positif yang berdampak pada peningkatan rasa percaya diri mereka. Hasil uji statistik menunjukkan nilai *t hitung* sebesar $6.497 > t tabel$ 1.984 dengan signifikansi 0,001, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara daya tarik *influencer* terhadap kepercayaan diri *followers*.
3. Penerapan **Teori Retorika** dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap daya tarik Rania Yamin sebagai *influencer* dalam membentuk **minat berkain** dan meningkatkan **kepercayaan diri** *followers* akun Tiktok @raniaayamin. Aspek-aspek retorika yang terdiri dari *ethos* (kredibilitas), *pathos* (emosi), dan *logos* (logika) secara keseluruhan berkontribusi dalam variabel yang lain. Rania Yamin sebagai *Influencer* yang kredibel, mampu memengaruhi

perilaku (minat berkain) ataupun kondisi psikologis (kepercayaan diri) para pengikutnya. Hal ini mengindikasikan bahwa Rania tidak hanya berperan sebagai *social media influencer*, tetapi juga sebagai komunikator persuasif yang efektif dalam membentuk sikap audiens melalui pendekatan retorik yang kuat.

DAFTAR REFERENSI

- Aris, N., Setyaningrum, D., Aslam, M., Putri, S., Wulan, T., Nugraha, D. M., & Fu'adin, A. (2023). Pengaruh Budaya Asing Terhadap Kesadaran Kalangan Muda. *Jurnal Pelita Kota*, 4(2), 419–429. <https://ejournal.universitaskarimun.ac.id/index.php/pelita/>
- Christin, M., Obadyah, A. B., & Ali, D. S. F. (2021). *Transmedia storytelling*. Syiah Kuala University Press.
- Ramadhanty, A., Chandra, N., Ardianto, E., & Budiman, A. (2023). Simbol dan Makna Berkain dalam Kalangan Pecinta Wastra. *Kajian Branding Indonesia*, 5(2), 127. <https://doi.org/10.21632/kbi.5.2.127-139>
- Putri, M. K. (2024). Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer Generasi Z Terhadap Minat Beli Kebaya Pada Followers Tiktok @ raniaayamin. 2(2), 125–133.
- Trismaya, N. (2021). Menafsir Ulang Pemakaian Sneakers Berkain-Kebaya. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 8(2), 187–197. <https://doi.org/10.36806/.v8i2.89>
- Kriantono, R. (2014). *Teori Public Relation Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.