

Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 19, No. 1, Juni 2023, Hal. 139-151  
<https://doi.org/10.22146/bip.v19i1.6333>  
ISSN 1693-7740 (Print), ISSN 2477-0361 (Online)  
Tersedia online di <https://journal.ugm.ac.id/v3/BIP>

## Kemampuan literasi remaja wanita di Desa Tawangrejo Kabupaten Blitar dalam menghadapi budaya *fashion* pada era teknologi informasi

Arin Prajawinanti, Ria Fitria

Prodi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung  
Jalan Mayor Sujadi Timur 46 Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia 66221  
e-mail: [arin.prajawinanti@uinsatu.ac.id](mailto:arin.prajawinanti@uinsatu.ac.id)

Naskah diterima: 1 Desember 2022, direvisi: 20 Maret 2023, disetujui: 27 April 2023

### ABSTRAK

**Pendahuluan.** Semakin banyak informasi yang dibutuhkan seseorang, semakin aktif orang tersebut melakukan pencarian informasi. Remaja selalu mengikuti perkembangan *fashion* yang pada dasarnya mereka memiliki rasa ingin tahu. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pemicu kebutuhan informasi remaja wanita terhadap *fashion*.

**Metode penelitian.** Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.

**Data analisis.** Analisis data dilakukan pertama-tama melakukan reduksi data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka.

**Hasil dan Pembahasan.** Terdapat 5 faktor yang mendorong terjadinya proses perilaku pencarian informasi pada remaja yaitu keadaan psikologis, demografis, hubungan interpersonal, lingkungan, dan karakteristik sumber informasi. Perilaku pencarian informasi yang dilakukan oleh remaja wanita berawal dari ketidak sengajaan dalam menemukan informasi, sehingga memunculkan adanya ketertarikan. Terdapat kendala dalam pencarian informasi yaitu sulit menemukan informasi yang relevan, model baju yang dibeli tidak sesuai keinginan, dan pencarian informasi lama ditemukan. Namun kendala tersebut dapat ditangani dengan menggali informasi melalui sumber lain dan melakukan pencarian dengan segera.

**Kesimpulan dan Saran.** Pemicu kebutuhan informasi remaja wanita terkait *fashion* yaitu adanya kebutuhan dari remaja untuk menunjang penampilan mereka. Remaja wanita banyak menjadikan *fashion* sebagai sistem nilai di masyarakat.

**Kata kunci:** kemampuan literasi; remaja wanita; budaya *fashion*; teknologi informasi

### ABSTRACT

**Introduction.** The more information a person needs, the more active the person is in searching for information. Adolescents tend to follow fashion updates because of their curiosity. This study aims to identify the triggers for youth information needs for fashion.

**Data Collection Methods.** The paper used a qualitative approach with descriptive methods.

**Data Analysis.** Data analysis was carried out first by reducing the data obtained through observations, interviews, and literature study.

**Results and Discussion.** There are five factors that encourage the process of information seeking behavior in adolescents, psychological conditions, demographics, interpersonal relationships, environment, and characteristics of information. Information seeking behavior by youth accidentally tend to create further interests. Several obstacles appeared in search for information, these include difficulties to find relevant information, lack of satisfaction in model of clothes, and hard to find information. However, these obstacles can be overcome by digging information through other sources and conducting searches immediately after the needs.

**Conclusion.** The trigger for the information needs of adolescents related to fashion is the need to support their appearance. Many adolescents see fashion a value system in the society.

**Keywords:** literacy skills; youth; fashion culture; information technology

## A. PENDAHULUAN

Pencarian informasi yaitu aktivitas yang dapat dilakukan seseorang untuk menyelesaikan suatu masalah serta membuat keputusan dalam kehidupannya. Seiring dengan berkembangnya waktu, mengakibatkan pencarian informasi lebih luas dan leluasa. Menurut Raising et al. (2021) menyebutkan informasi saat ini tersedia dari berbagai sumber sehingga menjadi salah satu komoditas penting untuk perkembangan peradaban. Semakin banyak informasi yang dibutuhkan seseorang, semakin aktif pengguna melakukan kegiatan pencarian informasi. Perilaku pencarian informasi merupakan usaha perilaku untuk memperoleh informasi dalam berinteraksi dengan semua jenis sistem informasi. Setiap pencari informasi menyadari pentingnya kebutuhan informasi untuk memenuhi kebutuhan dalam kelangsungan kegiatan sehari-hari.

*Fashion* merupakan bagian terpenting dari penampilan dan gaya hidup seseorang untuk kesehariannya. Dimanapun seseorang tersebut tinggal mereka akan selalu melakukan *update* dalam berpakaian. Budaya *fashion* telah menjadi kebutuhan namun dengan seiring perkembangannya berubah menjadi sebuah kehendak untuk memenuhi identitas diri (Lestari, 2014). *Fashion* pada seseorang dapat menunjukkan kepribadiannya dengan bebas. *Fashion* sangat penting dalam menunjang penampilan seseorang, sehingga seseorang akan merasa nyaman melakukan aktivitasnya apabila ditunjang dengan penampilan yang menarik. Selain itu, *fashion* juga digunakan seseorang untuk menumbuhkan rasa percaya diri. *Fashion* sangat erat kaitannya dengan remaja wanita, pada usia tersebut remaja wanita sangat senang mengikuti gaya terbaru. Model-model terbaru dapat memberikan kesenangan serta kepuasan terhadap penampilan. Menurut Lestari (2014) *fashion* dan perempuan adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Tidak sedikit orang yang selalu mengikuti perkembangan tren *fashion*, apalagi kaum remaja yang pada dasarnya mereka memiliki keingintahuan yang lebih (Ramadhan, 2019). Apalagi dengan adanya perkembangan teknologi, pakaian memiliki banyak model dan jenis yang bervariasi,

sehingga remaja dapat memilih dengan bebas sesuai keinginan model masing-masing.

Pakaian kini menjadi suatu kebutuhan pokok bagi manusia dalam menjalani hidupnya. Kebutuhan *fashion* telah meningkat, yakni perkembangan industri *mode* dan *fashion* seperti di negara Paris, New York, dan Korea mulai mempengaruhi penggunaan *fashion* di Indonesia. Hal ini merambah ke lapisan umur remaja, bahwasanya pada umur remaja merupakan umur yang mana seseorang pada masa itu sedang mengalami pencarian jati diri. Seseorang pada usia remaja mencoba menggunakan hal-hal terbaru yang membuat mereka tertarik pada suatu hal. Remaja yang tinggal di daerah pun saat ini sudah memiliki klibat *fashion* untuk menunjang penampilan. Apalagi dengan didukung oleh program pemerintah terkait pemberdayaan masyarakat desa melalui *fashion*. Hal tersebut secara tidak langsung memberikan dukungan kepada remaja di daerah-daerah untuk selalu berpenampilan menarik. Budaya *fashion* sudah menyebar ke seluruh wilayah salah satunya adalah di Kabupaten Blitar. *Fashion* di sini sudah menjadi salah satu upaya remaja dapat mencari identitas diri serta jati diri mereka. Para remaja yang mengikuti *fashion* dianggap bahwa mereka memperluas dan dapat mendongkrak popularitas dalam lingkungan pertemanannya (Wardana & Demartoto, 2017). *Fashion* dapat dikategorikan penting dalam diri seseorang yakni dapat menunjang popularitas, rasa percaya diri dan menemukan jati diri. Dalam hal ini remaja sangat terpengaruhi dengan adanya *fashion*, sehingga remaja di Kabupaten Blitar mencari serta menelusuri *fashion* untuk menemukan jati dirinya.

Salah satu media informasi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi terkait *fashion* yakni dengan internet. Hadirnya internet membuat masyarakat dapat mengakses berbagai informasi secara *uptodate*. Media *online* telah banyak dimanfaatkan oleh para remaja. *Fashion* yang terus berkembang memberikan dampak pencarian informasi remaja wanita terkait *fashion* terus meningkat. Media *online* memberikan banyak kemudahan bagi seluruh masyarakat, sehingga tidak perlu jauh-jauh ke

luar rumah untuk mencari serta membeli pakaian ataupun perlengkapan untuk memenuhi kebutuhan berpenampilan mereka. Menurut Nihayati & Laksmi (2020) perilaku informasi dipengaruhi oleh lapisan informasi yang berbeda. Penelitian sebelumnya banyak membahas tentang proses seseorang dalam mencari informasi dan faktor yang mempengaruhi penelusuran informasi. Pencarian informasi dapat diterapkan oleh berbagai orang, tidak terkecuali wanita yang banyak membutuhkan informasi khususnya terkait gaya hidup mengenai *fashion* (Amanda et al., 2017). *Fashion* kini dapat dipasarkan dalam media *offline* maupun *online*. Teknologi yang terus berkembang menyebabkan banyak *fashion* yang dipasarkan melalui media *online*. Hal ini dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat khususnya para remaja wanita di Kabupaten Blitar. Dalam pencarian informasi setiap individu melakukan pencarian informasi dengan caranya yang berbeda-beda. Diperlukan kajian lebih mendalam tentang perilaku pencarian informasi remaja dalam memenuhi kebutuhan *fashion*. Berdasarkan latar belakang maka perlu untuk mengkaji “Kemampuan Berliterasi Remaja Wanita di Kabupaten Blitar Dalam Menghadapi Budaya *Fashion* pada Era Teknologi Informasi” dalam konteks yang holistik, mulai dari kebutuhan informasinya, penyebab kebutuhan informasi dari kondisi psikologis, keadaan demografis, interpersonal, lingkungan dan karakteristik sumber informasi serta bagaimana keterkaitan dalam konteks pencarian informasi yang berhubungan dengan alur pencarian informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi mengenai pemicu kebutuhan informasi remaja wanita terhadap *fashion* dan bagaimana alur pencarian informasi yang dilakukan oleh remaja wanita terhadap *fashion*. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan konsep terkait perilaku pencarian informasi dan pelayanan informasi.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. *Seeking Behaviour Model Wilson*

Penelitian ini menggunakan teori perilaku pencarian informasi yang dikembangkan oleh Wilson pada tahun 1996. Dalam model Wilson perilaku pencarian informasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan sengaja oleh seseorang karena adanya suatu kebutuhan terhadap informasi (Eyinade & Bakare, 2022). Pada model ini, kebutuhan informasi seseorang tidak langsung berubah menjadi perilaku pencarian informasi, namun harus dipengaruhi terlebih dahulu mengenai pemahaman seseorang tentang tekanan dan permasalahan dalam kehidupannya. Proses perwujudan kebutuhan informasi menjadi perilaku pencarian informasi menurut Fathurrahman (2016) dipengaruhi adanya beberapa hal, yakni: a) Kondisi psikologis, dalam hal ini seseorang dapat memperlihatkan perilaku pencarian informasi berbeda dilihat dari suasana hatinya, seperti seseorang yang sedih maupun yang bahagia mereka memperlihatkan perbedaan yang jelas dalam perilaku pencarian informasi; b) Demografis, dalam hal ini kondisi sosial-budaya dapat mempengaruhi perilaku pencarian informasi seseorang, seperti perilaku pencarian informasi masyarakat yang memiliki teknologi yang melimpah serta akses ke internet dengan masyarakat yang tak memiliki akses ke internet; c) Peran seseorang di masyarakat, dalam hal ini peran seseorang dapat mempengaruhi perilaku pencarian informasi, seperti mahasiswa yang ada di suatu lingkungan masyarakat atau di lingkungan pekerjaan memiliki pencarian informasi yang berbeda; d) Lingkungan, dalam hal ini lingkungan terdekat maupun lingkungan yang lebih luas dapat mempengaruhi perilaku pencarian informasi; e) Karakteristik sumber informasi, karakter media yang digunakan dalam mencari dan menemukan informasi. Ketika dibandingkan antara seseorang yang terbiasa menggunakan media elektronik dengan seseorang yang jarang terpapar media elektronik akan menunjukkan perbedaan dalam perilaku pencarian informasi.

Menurut Fathurrahman (2016) kelima faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap bagaimana akhirnya

seseorang dapat memenuhi kebutuhan informasinya dalam bentuk perilaku pencarian informasi. Setelah melewati 5 faktor tersebut, terdapat beberapa faktor juga yang dapat mempengaruhi pencarian informasi yaitu pandangan seseorang terhadap imbalan dan resiko seseorang dalam melakukan pencarian informasi. Pada tahap ini, seseorang benar-benar memikirkan apakah pencarian informasi perlu diselaraskan terhadap kondisi yang dihadapi. Seseorang tetap melakukan kegiatan pencarian informasi meskipun sudah tahu resiko yang dihadapinya atau mereka berhenti mencari informasi karena tahu resiko yang dihadapinya. Dalam modelnya Wilson seperti yang dikuti oleh Meilinda et al. (2018) mengungkapkan bahwa terdapat empat perilaku pencarian informasi diantaranya yaitu; a) Perhatian pasif (*passive attention*), merupakan perilaku yang tidak mempunyai tujuan untuk mencari informasi, namun tidak sengaja mendapatkan informasi. Dalam tahap ini informasi dapat ditemukan dimana-mana, seperti mendengarkan radio dan melihat televisi; b) Pencarian pasif (*passive search*), merupakan perilaku pencarian informasi yang dilakukan karena membutuhkan informasi yang relevan dengan informasi yang dibutuhkan; c) Pencarian aktif (*active search*), merupakan perilaku pencarian informasi yang dilakukan seseorang dengan aktif untuk menemukan informasi dari berbagai sumber; d) Pencarian berlanjut (*on going search*), merupakan pencarian aktif yang dapat didirikan kerangka dasar dari gagasan, kepercayaan, nilai dan sebagainya, kemudian pencarian informasi berlanjut untuk memperbarui serta memperluas perolehan informasi.

## 2. Perilaku Pencarian Informasi

Perilaku pencarian informasi merupakan perilaku seseorang yang selalu bergerak berdasarkan lintas ruang dan waktu, mencari informasi untuk menjawab segala tantangan yang dihadapi, menentukan fakta, memecahkan masalah menjawab pertanyaan, dan memahami suatu masalah. Menurut Demergazzi et al. (2020) perilaku pencarian informasi adalah fenomena kompleks yang terbentuk karena

adanya kebutuhan dari seseorang. Jadi pada dasarnya setiap orang memiliki kebutuhan terhadap informasi. Kebutuhan informasi tersebut diteruskan menjadi sebuah tindakan yang dikenal dengan istilah perilaku pencarian informasi. Sebelum seseorang melakukan kegiatan perilaku pencarian informasi, maka harus dipicu dahulu oleh pemahaman terhadap kebutuhan informasinya. Wilson (2000) mengungkap empat batasan-batasan perilaku informasi, yaitu:

1. Perilaku informasi adalah keseluruhan perilaku manusia yang berkaitan dengan sumber dan saluran informasi, baik aktif maupun pasif, dan penggunaan informasi. Perilaku ini berupa komunikasi langsung dan menonton TV.
2. Perilaku penemuan informasi adalah pencarian informasi secara sengaja dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Perilaku ini berupa seseorang yang berinteraksi dengan sistem informasi manual, seperti surat kabar dan perpustakaan, dan sistem informasi komputer.
3. Perilaku pencarian informasi adalah perilaku tingkat mikro yang pelakunya berinteraksi dengan semua jenis sistem informasi. Perilaku ini berupa bentuk interaksi dengan sistem, baik interaksi dengan semua komputer (mengklik suatu tautan dengan *mouse*) atau dengan intelektual dan mental (penggunaan strategi boolean dan pemilihan buku yang relevan)
4. Perilaku penggunaan informasi adalah perilaku terdiri dari tindakan fisik dan mental yang menggabungkan pengetahuan baru dengan pengetahuan yang telah dimiliki. Perilaku ini berupa menandai dan mencatat informasi penting dalam teks atau membandingkan pengetahuan baru yang sudah ada.

Maka perilaku pencarian informasi dalam hal ini adalah pola manusia ketika melakukan pencarian informasi untuk menjawab serta menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Bidayasari (2018) juga menyatakan dalam proses pencarian informasi seseorang akan menggunakan sistem pencarian informasi baik

secara manual ataupun menggunakan alat teknologi seperti internet. Jadi perilaku pencarian informasi menurut Bidayasari (2018) seseorang akan melakukan pencarian informasi yang dibutuhkan karena adanya tujuan tertentu yang ingin dicapai.

### 3. Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi yaitu suatu pernyataan bahwa adanya keraguan dalam diri seseorang sehingga mendorong mereka untuk mencari informasi. Pencarian informasi erat kaitannya dengan kebutuhan informasi. Kebutuhan informasi satu individu dengan lainnya sangatlah berbeda. Hal ini dipengaruhi adanya perbedaan latar belakang dari individu yang mencari informasi. Faktor utama yang mempengaruhi kebutuhan informasi adalah pekerjaan pemakai, kegiatan profesi, pekerjaan atau subjek yang diminati. Untuk mengatasi kesenjangan informasi manusia menggunakan atau berusaha dengan melakukan penelusuran dengan berbagai sumber informasi (Rohmah, 2014). Kebutuhan informasi terjadi karena adanya keraguan seseorang sehingga terdorong untuk melakukan pencarian informasi, namun kebutuhan informasi berbeda satu orang dengan lainnya, karena setiap orang memiliki kebutuhan informasi yang berbeda-beda berdasarkan latar belakangnya. Seseorang membutuhkan suatu penjelasan yang masuk akal dari suatu informasi sesuai permasalahan yang dihadapinya (Yamaji et al., 2022).

### 4. Remaja Wanita

Masa remaja merupakan masa untuk mencari identitas/ jati diri. Menurut UNICEF (2021) yang menjadi bagian dari remaja merupakan penduduk usia 10-19 tahun, sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, remaja merupakan dalam usia 10-18 tahun. Masa remaja merupakan masa peralihan atau masa transisi dari anak menuju dewasa. Masa remaja ini seseorang mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik itu fisik maupun mental (Diananda, 2018). Termasuk dalam kategori remaja dalam penelitian ini adalah sesuai dengan pendapat Badan Kependudukan dan

Keluarga Berencana (BKKBN) yaitu seseorang yang memiliki usia mulai 10-24 tahun, karena pada usia tersebut terdapat tahapan masa remaja antara lain: remaja awal, remaja madya, dan remaja akhir.

### 5. Fashion

Sunanto & Istiharini (2014) mendefinisikan *fashion* sebagai sebuah tindakan yang dapat dijadikan kebiasaan dalam penggunaan saat ini hingga esok sehingga *fashion* dapat dijadikan untuk kode hidup seseorang. *Fashion* sendiri dapat dijadikan pengekspresian diri seseorang khususnya wanita, sehingga *fashion* dapat dikatakan hal penting dalam menunjang kehidupan wanita. *Fashion* erat kaitannya dengan suatu perubahan. *Fashion* dapat didefinisikan sebagai sukseksi dari *trend* dalam jangka waktu yang pendek. Perubahan tersebut telah diikuti oleh semua orang dalam berbagai tingkat sosial. Jika terdapat masyarakat yang tidak mengikuti adanya *fashion* maka disebut “*out of the world*”. Supaya terdapat adanya perubahan, maka industri *fashion* terus melakukan pembuatan produk baru. *Fashion* membutuhkan adanya suatu komponen *design* kreatif yang kuat (Sunanto & Istiharini, 2014). *Fashion* terus mengalami perubahan yang sangat pesat, ditandai dengan munculnya *trend-trend* baru dalam dunia *fashion*. Sehingga *trend fashion* dapat dikategorikan *trend* jangka pendek, maka dari itu khususnya wanita harus selalu *up-to-date* terhadap perkembangan *fashion* agar tidak ketinggalan akan *trend* baru yang bermunculan. Lestari (2014) juga menyebutkan bahwa *fashion* menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari seseorang untuk mendukung penampilan dan gaya keseharian.

### C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini dilakukan guna mengidentifikasi secara alami mengenai perilaku pencarian informasi remaja wanita terhadap *fashion* di Desa Tawangrejo. Pendekatan kualitatif yaitu rangkaian penelitian yang memperoleh data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Setelah data terkumpul maka tahap selanjutnya yaitu analisis data (Rukajat, 2018). Penelitian menggunakan kualitatif deskriptif agar dapat mendeskripsikan secara jelas dan terperinci mengenai perilaku pencarian informasi remaja wanita terhadap *fashion* di Desa Tawangrejo. Lokasi penelitian yakni di Desa Tawangrejo Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Penelitian dilakukan di lokasi tersebut karena setiap satu tahun sekali rutin mengadakan suatu kegiatan ngaji kitab sore. Kegiatan tersebut telah diikuti oleh remaja-remaja Desa Tawangrejo. Kegiatan ini tepat dilaksanakan pada Bulan Suci Ramadhan. Lebih menariknya lagi selain ngaji yaitu kegiatan berjamaah bersama serta buka puasa bersama. Remaja-remaja yang mengikuti kegiatan tersebut pastinya memperhatikan *fashion* yang dikenakan seperti baju maupun tas, hal ini sangat lumrah terjadi ketika remaja berada pada suatu kelompok maupun kegiatan. Hal ini yang menjadi perhatian sehingga perlunya melakukan penelitian perilaku pencarian informasi remaja wanita terhadap *fashion* di Desa Tawangrejo.

Subjek dalam penelitian ini yaitu remaja wanita yang berada di Desa Tawangrejo, sedangkan objek penelitian yaitu perilaku pencarian informasi terkait *fashion*. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan data dengan pertimbangan informan tersebut mengetahui data yang dibutuhkan. Subjek penelitian terdiri dari remaja yang dianggap memiliki gaya *fashion* yang paling menarik. Fokus penelitian mengacu pada remaja wanita yang usia antara 15-23, yang telah melakukan penelusuran terkait *fashion*, dan remaja wanita yang bersedia membantu dalam penelitian ini.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Observasi dilakukan dengan pengamatan terhadap perilaku pencarian informasi *fashion* yang dilakukan oleh remaja wanita di Desa Tawangrejo, sedangkan wawancara dilakukan kepada informan berjumlah 10 remaja wanita guna menghasilkan data yang mendalam terkait perilaku pencarian informasi remaja wanita

terhadap *fashion*. Penelitian dilakukan pada bulan November 2021 – Februari 2022. Penentuan informan yakni dengan melihat remaja wanita yang telah melakukan pencarian informasi terkait *fashion*. Alasan memilih remaja karena pada usia tersebut telah dapat menentukan sendiri *fashion* yang digunakan. Remaja dianggap mampu dalam melakukan pencarian informasi terkhususnya *fashion*. Wawancara berlangsung selama tiga hari, wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada informan. Informan merupakan remaja wanita yang secara aktif melakukan penelusuran informasi terkait *fashion*. Dalam penelitian, informan telah memberikan kesanggupan izin untuk membantu dalam penelitian ini. Studi pustaka dilakukan dengan memanfaatkan referensi dan buku untuk menambah informasi yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan mereduksi data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Data-data tersebut ditelaah kembali dengan memisahkan data yang penting dan tidak penting, sehingga data yang dihasilkan menjadi lebih jelas. Data yang telah direduksi tersebut selanjutnya disajikan menggunakan bentuk teks naratif. Data yang sudah direduksi dan disajikan maka tahap selanjutnya yaitu dilakukan penarikan kesimpulan.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan pembahasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Perilaku pencarian informasi remaja terhadap *fashion* dalam konteks kebutuhan informasi

Kebutuhan informasi seseorang yaitu adanya perilaku informasi yang dipengaruhi dari kebutuhan fisiologis, afektif, dan kognitif. Remaja wanita tidak dapat lepas dengan *fashion*, karena hal tersebut memberikan gambaran diri pada dirinya. *Fashion* dikatakan penting dalam menunjang dalam kehidupannya. Informan AK mengungkapkan bahwa “*Selalu ingin mengupgrade penampilan saya, agar tidak ketinggalan zaman*”. Seperti yang diungkapkan oleh Lestari (2014) seiring perkembangan jaman *fashion* berubah menjadi

sebuah keinginan dalam memenuhi citarasa dari seseorang. Dalam konteks fisiologis, kebutuhan informasi *fashion* oleh informan yaitu untuk selalu berpenampilan sesuai *trend* yang sedang terjadi, hal tersebut dapat memberikan rasa percaya pada dirinya dalam berpenampilan. Dalam konteks afektif informan SF mengungkapkan bahwa “*Karena saya ingin mengetahui perkembangan trend terbaru di bidang fashion*”. Kebutuhan informasi dilakukan untuk memberikan kesenangan tersendiri dalam pemenuhan kebutuhan informasinya. Dalam konteks kognitif informan ENS mengungkapkan bahwa “*Ingin mengetahui informasi terkait fashion*”. Informan dalam hal ini ingin menambah informasi terkait *fashion*. Dalam hal ini remaja memiliki ketertarikan terhadap hal baru untuk mendukung kehidupannya. Tindakan yang dilakukan seseorang untuk mencari informasi sampai menggunakan informasi bertujuan untuk menunjang kebutuhan pribadinya. Pada masa kini penampilan menjadi hal yang penting bahkan bisa mencerminkan jati diri seseorang. Informasi tentang *fashion* menjadi hal yang dicari oleh remaja masa kini.

## 2. Pemicu pencarian informasi terhadap *fashion*

Kegiatan pencarian informasi memiliki keterkaitan pada cara seseorang untuk memperoleh informasi untuk menjawab serta memecahkan suatu masalah. Hal ini dengan didorong adanya motivasi yang kuat pada diri orang tersebut. Pada tahap ini faktor psikologis berperan penting dalam diri seseorang. Kegiatan perilaku pencarian informasi dapat berpengaruh ketika didorong oleh motivasi intrinsik, sedangkan motivasi ekstrinsik sifatnya hanya memenuhi saja (Savolainen, 2018). Pencarian informasi terkait *fashion* tentunya terdapat motivasi dalam diri seseorang untuk melancarkan kegiatan pencarian informasi, sehingga terdorong untuk melakukan pencarian informasi. Informan TZ mengungkapkan bahwa “*membeli dan mencari informasi fashion karena kebutuhan*”. Dikarenakan adanya kebutuhan dan kepentingan remaja untuk berpenampilan sehingga diperlukannya pencarian informasi

terkait *fashion*. Di antara para perempuan, pada usia remaja lebih cenderung mudah terpengaruh oleh perkembangan *fashion*. Penampilan menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan sosial, karena orang di sekitar kita pertama yang dilihat adalah penampilan fisiknya dan pakaian merupakan obyek yang paling nampak ketika berinteraksi dengan orang lain. Penampilan dan gaya berbusana bisa menjadi alat komunikasi untuk menunjukkan identitas dari seseorang (Lestari, 2014). *Fashion* telah memberikan peran penting dalam kehidupan seseorang, khususnya remaja dalam memperbaiki serta memberikan penampilan yang cocok untuk dipakai sehingga memberikan rasa percaya diri. Hal ini sesuai yang diungkapkan dari informan NZM “*karena sebagai acuan untuk mengetahui info terkini mengenai fashion sehingga mana yang lebih pas dan cocok untuk dipakai, agar terupdate mengenai fashion terkini*”. *Fashion* memiliki *trend* jangka pendek, jika tidak secara aktif mengikuti *trend fashion* yakni akan tertinggal. Maka dari itu perlu adanya penelusuran informasi terkait *fashion* agar terus *update* terhadap perkembangan informasi terkait *fashion*.

## 3. Faktor Pencarian Informasi terhadap Fashion

### a. Faktor Psikologi Remaja Wanita terhadap Fashion

Menurut Irwan (2019) faktor psikologis ini merupakan salah satu cara untuk mengetahui perasaan seseorang dalam mengumpulkan dan menganalisis informasi untuk digunakan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan. Informan LR mengungkapkan bahwa “*Jika saya belanja melalui aplikasi e-commerce atau pun via wa barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan, baik dari bahan ataupun dari kualitas pengirimannya*”. Ungkapan informan tersebut terlihat jelas bahwa terdapat kekhawatiran informan terhadap belanja *online* apakah barangnya sesuai atau tidak sesuai dengan gambar. Keraguan dalam pencarian informasi memberikan dampak tertundanya informan mendapatkan informasi. Beda lagi informan

yang mengatakan dengan jelas bahwa sudah yakin dengan apa yang di carinya sesuai yang diungkapkan oleh informan NZM “*dengan mencari sumber informasi yang secara menyeluruh baik jenis dan namanya*”. Informan yang sudah yakin mendapatkan informasi dalam sumber tertentu akan lebih cepat mendapatkan informasi yang diinginkan. Perilaku informan tersebut menunjukkan bahwa memiliki pertimbangan tertentu dalam menentukan pilihan *fashion* sebelum melakukan tindakan pembelian. Seperti yang diungkapkan oleh Irwan (2019) bahwa seseorang mengambil keputusan dalam membeli barang melalui proses evaluasi dan akhirnya menentukan salah satu yang akan dipilih.

#### **b. Faktor Demografi Remaja Wanita terhadap Fashion**

Fathurrahman (2016) berpendapat bahwa faktor demografi dapat mendorong terjadinya perilaku pencarian informasi. Demografi ini terdiri dari keadaan sosial budaya sebagai bagian dari tempat individu hidup dan berkegiatan. Faktor demografis sangat menentukan pencarian menentukan kesamaan pencarian remaja wanita terkait *fashion*. Hal ini dikarenakan di Desa Tawangrejo mayoritas beragama muslim, maka dalam pencarian informasi banyak remaja wanita melakukan pencarian untuk baju yang tertutup. Hal ini sesuai ungkapan dari informan EKN “*Biasanya yang saya cari itu seperti gamis, atasan baju dan rok*”. Lebih lanjut lagi oleh Informan AK “*Fashion yang tetap keren, simple, elegant nyaman untuk orang yang tetap memakai hijab*”. Lebih lanjut lagi oleh informan LR “*Saya sering mencari fashion tentang kemeja, sepatu, jilbab, daster dan gamis*”. Dapat dikatakan bahwa faktor demografis dapat mendorong dalam proses pencarian informasi remaja wanita di Desa Tawangrejo. Informan mencari informasi terkait *fashion* di media sosial yang mereka miliki masing-masing. Wilayah tempat tinggal informan juga mempengaruhi jenis informasi yang mereka cari. Tempat tinggal informan yang mayoritas muslim menjadi alasan juga kenapa banyak dari informan tersebut mencari informasi tentang baju-baju muslim terbaru ataupun hijab.

#### **c. Faktor Interpersonal Remaja Wanita terhadap Fashion**

Peran interpersonal individu juga berperan mendukung terjadinya perilaku pencarian informasi seperti yang diungkapkan Fathurrahman (2016). Remaja wanita yang cenderung suka keluar rumah (kegiatan) dan remaja yang sering berada di rumah memiliki perilaku pencarian informasi yang berbeda. Remaja wanita yang suka berdiam diri di rumah cenderung melakukan pencarian informasi terkait *fashion* hanya saat dibutuhkan saja seperti yang diungkapkan informan RTM “*motif yang mempengaruhi saya melakukan pencarian informasi terkait fashion adalah kebutuhan mendesak saja karena saya jarang keluar rumah, jadi mencari fashion hanya saat dibutuhkan saja*”. Beda lagi dengan informan yang selalu berkegiatan keluar rumah dengan berbagai urusan seperti organisasi, acara ataupun jalan-jalan bersama temannya, seperti yang diungkapkan oleh informan AK “*Saya terdorong terus karena ingin selalu mengupgrade penampilan saya dan tetap menyesuaikan dengan kondisi dan acara agar sesuai*”. Hubungan interpersonal mempengaruhi pencarian yang dilakukan oleh remaja wanita di Desa Tawangrejo. Informan yang memiliki banyak kegiatan di luar rumah akan selalu berupaya melakukan pembaharuan terhadap penampilan mereka. Informan yang memiliki banyak kegiatan di luar rumah menganggap penampilan yang menarik akan mencerminkan jati diri mereka seperti yang diungkapkan oleh Lestari (2014).

#### **d. Faktor Lingkungan Remaja Wanita terhadap Fashion**

Lingkungan dapat menjadi faktor terjadinya perilaku pencarian informasi seperti yang disebutkan oleh Fathurrahman (2016). Lingkungan turut berperan dalam mendorong seseorang dalam melakukan penelusuran informasi. Lingkungan keluarga juga termasuk faktor pendukung dalam pencarian informasi. Lingkungan keluarga yang suka *shopping* lebih cenderung sering melakukan pencarian informasi daripada lingkungan keluarga yang tidak suka belanja. Remaja yang memiliki jenjang pendidikan SMP akan berbeda dalam

mencari informasi dibandingkan dengan remaja yang memiliki jenjang pendidikan tingkat SMA. Lingkungan terdekat seperti keluarga ataupun teman dekat juga memiliki pengaruh dalam perilaku pencarian informasi (Fathurrahman, 2016). Media sosial yang dimiliki oleh informan juga memberikan dampak yang cukup besar kepada perilaku informan, karena di media sosial informan merasa teman-temannya tersebut juga memiliki kesamaan kebutuhan informasi terkait model *fashion* yang digemari. Seperti yang diungkapkan oleh Reghita (2020) bahwa lingkungan media sosial dapat dijadikan media pemenuhan kebutuhan informasi. Seseorang menganggap dengan memanfaatkan media sosial akan menemukan jawaban atas permasalahan yang mereka hadapi.

#### e. Karakteristik Sumber Informasi Remaja Wanita terhadap Fashion

Fathurrahman (2016) mengungkapkan bahwa karakteristik sumber informasi juga dapat mendorong perilaku pencarian informasi. Penggalan karakteristik sumber informasi pencarian informasi remaja wanita terhadap *fashion* yaitu media *online* dan *offline*. Mayoritas informan melakukan pencarian informasi melalui media *online* karena mudah dijangkau dan cepat dalam melakukan penelusuran, namun *offline* hanya dijadikan alternatif dalam penelusuran informasi jika terdesak maupun tidak ditemukan secara online. Sumber informasi dari media sosial bisa digunakan untuk menjawab permasalahan dari seseorang (Syam et al., 2021). Karakteristik sumber informasi memberikan pengaruh terhadap keberhasilan pencarian informasi. Keberhasilan informasi ditentukan terhadap kepuasan yang diterima setiap individu, keakuratan informasi, serta kualitas informasi yang tinggi. Sebaliknya jika informan tidak merasakan kepuasan, keakuratan informasi yang diterima rendah, serta kualitas informasi yang rendah dapat menjadikan hambatan dalam pencarian informasi. Terdapat 8 dari 10 informan menyatakan bahwa dalam pencarian informasi remaja wanita terhadap *fashion* telah menuai keberhasilan sehingga dapat mencapai taraf kepuasan, sedangkan 1 informan menyatakan cukup puas dan 1 informan

menyatakan bahwa tidak puas dalam melakukan pencarian informasi.

Selain faktor di atas terdapat dua faktor pendukung yaitu resiko dan imbalan. Hal ini merupakan sesuatu hal yang wajar diterima dalam melakukan pencarian informasi. Orang yang memikirkan suatu resiko dalam pencarian informasi, maka pencarian informasi akan terhambat ataupun terhenti. Sesuai ungkapan dari SF “*Jika saya melakukan pencarian informasi mengenai fashion. Hal ini menyebabkan saya menginginkan sesuatu terlalu berlebih-lebihan*”. Selain itu ungkapan dari informan NZM “*gaya hidup yang semakin boros untuk mengikuti trend, kalau kita mengikuti trend terus menerus maka akan menjadikan hidup kita berpatok pada trend yang selalu berubah ubah*”. Lebih lanjut ungkapan dari informan AK bahwasanya “*terkadang akan menjadi konsumtif karena keinginan untuk membeli yang tidak diperlukan*”. Berbagai ungkapan informan terhadap resiko dalam pencarian informasi, terlihat jelas bahwasanya terdapat ketakutan ataupun kekhawatiran dalam dirinya menjadi jiwa yang tidak terbandung akan kebutuhan terkait *fashion*. Di samping memikirkan resiko, faktor ini menentukan lanjut atau tidaknya pencarian informasi terkait *fashion*. Jika pencari informasi hanya fokus pada resiko yang akan diterima maka pencarian informasi akan terhenti. Selanjutnya yaitu imbalan, disamping resiko pasti terdapat yang namanya imbalan. Ungkapan informan ENS menyatakan “*Barangnya sesuai dengan keinginan dan sesuai informasi dari barang tersebut*”. Selain itu ungkapan dari informan LR bahwasanya “*Lebih mudah melihat fashion yang sedang booming*”. Lebih lanjut lagi ungkapan dari informan TZ bahwasanya “*Saya lebih bisa merawat diri dengan mencari informasi terkait fashion*”. Ungkapan informan tersebut merupakan langkah menuju pencarian informasi, jika pencari informasi fokus memikirkan imbalan maka pencarian informasi berlanjut mencapai taraf kesuksesan.

#### 4. Perilaku Pencarian Informasi

Pareek & Rana (2013) menyebutkan bahwa perilaku pencarian informasi adalah suatu

proses memperoleh, menggunakan dan mengimplementasikan informasi. Perilaku ini berupa bentuk interaksi dengan sistem, baik interaksi dengan semua komputer (mengklik suatu tautan dengan *mouse*) atau dengan intelektual dan mental (penggunaan strategi *boolean* dan pemilihan buku yang relevan). Remaja wanita dalam melakukan penelusuran informasi akan memberikan perilaku yang berbeda-beda. Pencarian informasi dapat bermula dari perhatian pasif hingga menjadi pencarian aktif. Hal ini sesuai ungkapan dari SF “*Pertama tidak sengaja ada iklan beranda di beranda akun media sosial saya, dari itu saya tertarik melihat fashion yang lewat beranda media sosial tersebut, setelah itu saya melakukan penelusuran untuk mencari fashion yang sesuai dengan yang dilihat di beranda*”. Ungkapan informan tersebut dapat ditelaah bahwasanya pencarian informasi yang dilakukan berasal dari tidak kesengajaan mendapatkan informasi, setelah tertarik yaitu melakukan penelusuran lebih lanjut dari berbagai sumber. Penelusuran informasi bisa dilakukan melalui media yang tersedia di internet (Suhartika & Haryanti, 2022)

Remaja wanita banyak mengfungsikan *fashion* sebagai nilai karena sistem nilai suatu masyarakat menuntut kepada wanita untuk sadar terhadap kualitas fisiknya. Seorang wanita sebagai pribadi yang feminim, berusaha selalu menunjukkan identitas dan jati dirinya dengan menggunakan *fashion* sebagai *image* dan citra dari diri mereka (Amanda et al., 2017). Pencarian aktif untuk penelusuran terhadap *fashion* dimulai dari adanya unsur kesengajaan untuk melakukan pencarian informasi. Hal ini sesuai ungkapan dari LR “*Mencari informasi tentang fashion memilih harga yang terjangkau dan berkualitas nya baik. Kita memilih rating yang lebih banyak dan memilih komentar yang bagus dengan fashion yang dipilihnya. Memilih dari tempat satu ke tempat yang lain yang memiliki warna yang lebih komplit*”. Hal tersebut menunjukkan adanya perilaku pencarian informasi yang dilakukan secara aktif untuk memperoleh *fashion* yang diinginkan, dari cara memilih baju harga terjangkau dengan kualitas terbaik. Hal tersebut tidak dilakukan

hanya pada satu toko, untuk memperoleh hasil memuaskan informan melakukan pencarian dari berbagai toko untuk melihat pasti terhadap apa yang diinginkan. Selanjutnya memilih *rating*, *rating* ini merupakan penilaian yang diberikan oleh pembeli terhadap kualitas toko pada aplikasi. Hal ini sangat memudahkan pembeli dalam melihat kualitas toko.

Penentuan *fashion* merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang penampilan. Penentuan *fashion* memberikan tingkat rasa percaya pada diri seseorang, sesuai ungkapan dari TZ bahwasanya dalam penentuan *fashion* yaitu “*mengenali diri saya dalam gaya berpakaian (yang cocok seperti apa), mencari sumber informasi, memilih pakaian yang saya sukai, melihat dari kualitas fashion yang saya cari, memilih ukuran yang pas untuk badan saya dan memprioritaskan kesederhanaan*”. Sesuai dengan pendapat Lestari (2014) bahwa budaya masyarakat Indonesia menggunakan pakaian dapat mengidentifikasi selera, asal-usul bahkan sampai dengan pekerjaan seseorang. Penentuan *fashion* setiap orang berbeda-beda, namun dalam penentuan *fashion* memiliki satu tujuan yang sama yaitu cocok untuk dikenakan. Dalam melakukan pencarian *fashion* secara *offline* hal ini memberikan ketepatan waktu dan efisiensi dalam pemilihan secara langsung, sesuai ungkapan dari RSM bahwasanya perilaku pencarian *fashion* secara *offline* yaitu “*Mendatangi toko, melihat barang atau baju, melihat jahitannya rapi atau tidaknya, melihat kainnya, model bajunya*”. Pencarian yang dilakukan secara *offline* tersebut dapat memberikan kesenangan tersendiri pada setiap diri seseorang, karena dapat melihat langsung kualitas dari apa yang akan dibeli.

## 5. Kendala Pencarian Informasi Remaja Wanita Terhadap Fashion

Setiap aktivitas mestinya terdapat kendala dalam setiap penerapannya. Sama halnya dengan perilaku pencarian informasi menggunakan *smartphone* memiliki kendala yang dialami setiap penggunanya. Pesatnya perkembangan informasi memberikan suatu peluang besar terhadap tersebarnya informasi, sehingga informasi dapat diakses dengan cepat

dan tepat (Harahap & Adeni, 2020). Tidak dipungkiri bahwa dalam pencarian informasi remaja wanita terhadap *fashion* juga mengalami kendala, yaitu ungkapan dari informan ENS bahwa kendalanya “Sulit mencari informasi yang relevan” di samping itu upaya yang dilakukan yaitu “Dengan mencari informasi lainnya”. Sulit mencari informasi relevan bahwasanya selera informan pada informasi yang ditemukannya belum mencapai taraf kepuasan, sehingga informan perlu melakukan pencarian yang lebih mendalam dari berbagai sumber informasi yang ada. Kualitas informasi berupa hasil kumpulan informasi yang kemudian bisa dijadikan acuan untuk mengambil keputusan (Puspa, 2017). Pada dasarnya dalam proses pencarian informasi juga memerlukan ketarampilan seperti yang diungkapkan oleh Nashihuddin (2015). Pentingnya ketrampilan dalam menelusur informasi dikarenakan banyaknya informasi yang tersedia di internet maupun media sosial. Selain itu kendala lainnya yaitu ungkapan dari informan SF “*Model tidak sesuai keinginan*”, upaya yang dilakukan “*Membuat fashion (baju) sendiri dengan memodifikasi dari bentuk semula*”. Kendala terkait tidak relevan informasi antara kebutuhan dan informasi yang didapatkan sering terjadi pada pembelian baju melalui *online*, biasanya foto dan keasliannya berbeda hal ini mempengaruhi tingkat kepuasan pada diri seseorang. Sesuai dengan pernyataan Amarin & Wijaksana (2021) kepuasan berkaitan dengan rasa senang dan juga kecewa terhadap kinerja yang diharapkan dan kenyataan yang didapatkan.

Kendala lainnya yaitu terdapat pada waktu yaitu ungkapan dari informan TZ “Lama untuk menemukan *fashion* yang sesuai dengan saya” di samping itu upaya yang dilakukan adalah “Upaya yang saya lakukan adalah segera mencari informasi *fashion* yang lain, agar saya lebih cepat mendapatkan *fashion* yang saya butuhkan”. Fatmawati (2015) juga menyebutkan bahwa waktu yang dibutuhkan seseorang dalam menelusur informasi berpengaruh terhadap hasil penelusuran yang didapat oleh seseorang. Kendala terkait waktu

bisa disebabkan pemilihan *fashion* yang dilakukan informan belum menemukan kecocokan, apalagi referensi yang muncul banyak bisa menyita waktu untuk memilih sesuai kecocokannya.

## E. KESIMPULAN

Kebutuhan informasi remaja wanita dalam penelitian ini dikarenakan adanya kebutuhan terhadap *fashion* dan juga untuk mengikuti perkembangan *trend fashion*. Karena remaja wanita sudah menjadikan *fashion* sebagai bagian dalam kehidupan sehari-hari. Remaja terus memperbaharui penampilan mereka setiap waktu agar tidak ketinggalan jaman. Apalagi saat ini hadirnya media sosial yang menuntut mereka untuk selalu *update* penampilan. Pencarian informasi yang dilakukan oleh remaja yang diawali dengan perhatian pasif yang artinya tidak sengaja menemukan informasi, sehingga muncul adanya ketertarikan, selanjutnya mencari sesuai yang dilihat menunjukkan pencarian pasif. Remaja juga melakukan analisis terhadap informasi yang ditemukan sebelum kemudian digunakan untuk menentukan pilihan. Hasil dari penelitian didapatkan berbagai faktor yang mendorong terjadinya perilaku pencarian informasi remaja dalam menunjang penampilan. Terdapat juga kendala yang ditemui oleh remaja dalam pencarian informasi yaitu sulit menemukan informasi yang relevan, model baju yang dibeli melalui *online* tidak sesuai keinginan, dan pencarian informasi terkait lama untuk ditemukan. Namun kendala-kendala terus dapat ditangani dengan mencari-cari lagi melalui sumber lain, memodifikasi baju yang tidak sesuai keinginannya, dan melakukan pencarian dengan segera dan tidak terikat dengan pencarian-pencarian lainnya agar tujuan pencarian utama ditemukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, C., Prijana, & Yanto, A. (2017). Hubungan perilaku pencarian informasi perempuan dengan kebutuhan *fashion*. *Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 38(2), 99–109. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v38i2.319>

- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Bidayasari, S. (2018). Perilaku penemuan informasi berdasarkan teori wilson di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga pada mahasiswa Pascasarjana Ilmu Perpustakaan dan informasi. *Nusantara Journal of Information and Library Studies*, 1(2), 113–128. <https://doi.org/10.30999/n-jils.v1i2.368>
- Demergazzi, S., Pastore, L., Bassani, G., Arosio, M., & Lonati, C. (2020). Information needs and information-seeking behavior of Italian Neurologists: exploratory mixed methods study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(4), 1–14. <https://doi.org/10.2196/14979>
- Diananda, A. (2018). Psikologi remaja dan permasalahannya. *Jurnal Istighna*, 1(1), 116–133. <https://doi.org/10.33853/istighna.v1i1.20>
- Eyinade, T. M., & Bakare, O. (2022). Assessing information-seeking behaviour of visually impaired students using Wilson's Model of information behaviour in Federal College of Education (Special), OYO. *Library Philosophy and Practice*, 1–19. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/assessing-information-seeking-behaviour-visually/docview/2705447226/se-2>
- Fathurrahman, M. (2016). Model-model perilaku pencarian informasi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 74–91. <http://dx.doi.org/10.30829/jipi.v1i1.101>
- Fatmawati, E. (2015). Kebutuhan informasi pemustaka dalam teori dan praktek. *Info Persada*, 13(1), 1–12. [http://e-journal.usd.ac.id/index.php/Info\\_Persadha/article/view/119.pdf%0Ahttp://e-journal.usd.ac.id/index.php/Info\\_Persadha/article/download/119/106](http://e-journal.usd.ac.id/index.php/Info_Persadha/article/view/119.pdf%0Ahttp://e-journal.usd.ac.id/index.php/Info_Persadha/article/download/119/106)
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di Indonesia. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4399>
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh faktor psikologis, pribadi, sosial, dan budaya terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online (Studi kasus pada konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 166–167. <https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/view/21>
- Lestari, S. B. (2014). Fashion sebagai komunikasi identitas sosial di kalangan mahasiswa. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(3), 225–238. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/ragam/article/view/514>
- Meilinda, N., Prabujaya, S. P., & Murti, K. (2018). Pola pencarian informasi tentang reproduksi seksual pada mahasiswa Universitas Sriwijaya. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 128–135. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.19>
- Nashihuddin, W. (2015). *Pemahaman pemustaka dalam menelusur sumber-sumber literatur di Perpustakaan PDII-LIPI*. 22(2), 41–51. <https://doi.org/10.37014/medpus.v22i2.855>
- Nihayati, N., & Laksmi, L. (2020). Perilaku pencarian informasi pekerjaan oleh sarjana fresh graduate dengan analisis Model Wilson. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 55–67. <https://doi.org/10.22146/bip.v16i1.171>
- Pareek, A. K., & Rana, M. S. (2013). Study of information seeking behavior and library use pattern of researchers in the Banasthali university. *Library Philosophy and Practice*, 2013(March), 1–10. <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2225&context=libphilprac>
- Puspa, V. (2017). *Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan HER registrasi igracias terhadap kepuasan pengguna (studi kasus terhadap mahasiswa Telkom University)*. Telkom University.

- Raising, S., Gaddimani, P., & Yadav, A. K. S. (2021). Information need and information-seeking behaviour of Tangkhul Naga Community in India. *Library Philosophy and Practice*, 2021, 1–11. <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/5168/>
- Ramadhan, D. R. (2019). Pengaruh perkembangan fashion di kalangan remaja. *Binus University*. <https://communication.binus.ac.id/2019/01/22/pengaruh-perkembangan-fashion-di-kalangan-remaja/>
- Reghita, L. (2020). Perilaku penemuan informasi pada mahasiswa UKM Sinematografi Universitas Airlangga. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 11(1), 46–57. <https://doi.org/10.20473/pjil.v11i1.21889>
- Rohmah, S. N. (2014). *Perilaku pencarian informasi melalui internet oleh Jurnalis Lembaga Pers Mahasiswa (LPM)*. Politeknik Negeri Semarang.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (qualitative research approach)*. Deepublish.
- Savolainen, R. (2018). Self-determination and expectancy-value: Comparison of cognitive psychological approaches to motivators for information seeking about job opportunities. *Aslib Journal of Information Management*, 70(1), 123–140. <https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2017-0242>
- Suhartika, I. P. dan N. P. P. H. (2022). Analisis kualitas search engine sebagai media pembelajaran online di perpustakaan perguruan tinggi di Bali. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 18(2), 292–307. <https://doi.org/10.22146/bip.v17i2.1828>
- Sunanto, S., & Istiharini. (2014). *Perilaku berbelanja fashion tradisional Indonesia: antecedents dan konsekuensi dari involvement konsumen (studi pada temun songket Palembang)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan.
- Syam, R. Z. A., Indah, R. N., & Fadhli, R. (2021). Perpustakaan sekolah sebagai sumber informasi guru dalam meningkatkan proses pembelajaran di Madrasah Aliyah. *Pustabiblia: Journal of Library and Information Science*, 5(1), 151–169. <https://doi.org/10.18326/pustabiblia.v5i1.151-169>
- UNICEF. (2021). *Tren penyakit tidak menular (PTM) dan faktor resiko yang mempengaruhi remaja di Indonesia saat ini*. UNICEF. <https://www.unicef.org/indonesia/id/laporan/profil-remaja>
- Wardana, I. R. Y., & Demartoto, A. (2017). Representasi budaya populer dalam mengonsumsi produk fashion bermerek. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(2), 43–51. <https://jurnal.uns.ac.id/dilema/article/view/11456>
- Wilson, T. . (2000). Human information behavior. *Special Issue on Information Science Research*, 3(2), 49–55. <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>
- Yamaji, N., Nagamatsu, Y., Kobayashi, K., Hasegawa, D., Yuza, Y., & Ota, E. (2022). Information needs of children with leukemia and their parents' perspectives of their information needs: a qualitative study. *BMC Pediatrics*, 22(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s12887-022-03478-w>