

***Fashion* Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu**

Dhimas Abdillah Syarafa, Lisa Adhrianti, Eka Vuspa Sari

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

Dhimasabdillah@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pembentukan identitas sosial dari mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu melalui *fashion* yang menjadi bagian dari komunikasi nonverbal. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik penetapan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto dan sebagainya. Uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data, dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Teori yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan Teori Identitas sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fashion* merupakan bagian penting bagi mahasiswa karena *fashion* merupakan hal yang menjadi apresiasi dari orang lain menjadi kunci utama dalam kepercayaan diri mereka dan membuat identitas mereka terbentuk di lingkungan perkuliahan mereka melalui *fashion* yang mereka kenakan dan informan berpendapat bahwa mereka mengikuti aturan berpakaian dari Fakultas maupun dari dosen yang bersangkutan, dan mahasiswa FISIP lebih mengarah kepada cara mereka untuk mengkategorisasikan gaya berpakaian mereka dengan gaya berpakaian yang ada dan yang mereka rasa cocok dan membuat mereka percaya diri saat berada di lingkungan kampus.

Kata Kunci: Fashion, Mahasiswa, Identitas Sosial

Fashion as Communication of Social Identity of Social Sciences Students of Bengkulu University

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the formation of the social identity of the students of FISIP Bengkulu University through fashion which is part of nonverbal communication. This research approach is a qualitative approach that is descriptive. The technique of determining the informants using purposive sampling technique. The process of data collection is done by interviews, observations that have been written in field notes, personal documents, official documents, photo images and so on. Data validity test uses data triangulation techniques, by checking the data that has been obtained through several sources. The theory used in this study uses Social Identity Theory. The results of the research show that fashion is an important part for students because fashion is an appreciation of others being the main key in their confidence and makes their identity formed in their lectures through the fashion they wear and informants think that they follow the dress code of The faculty as well as from the lecturers concerned, and FISIP students are more directed towards their ways to categorize their clothing styles with the existing clothing styles and which they feel are suitable and make them confident while in the campus environment

Keywords: Fashion, Students, Social Identity

PENDAHULUAN

Fashion merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari. *Fashion* didefinisikan oleh kita yaitu hanya sebatas pakaian saja, namun dalam artian sebenarnya, *fashion* adalah semua yang menjadi tren di kalangan masyarakat. Hal ini mencakup busana, selera makan, hiburan, barang-barang konsumsi dan lain-lain. Alex Thio yang menurutnya bahwa “*Fashion is a great though brief enthusiasm among relatively large number of people for a particular innovation*”. *Fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan oleh seseorang, bukan seperti saat ini yang memaknai *fashion* sebagai segala sesuatu yang dipakai oleh orang (Barnard, 2011: 11).

Identitas dalam masyarakat akan terbentuk ketika kita berinteraksi dengan orang lain, dan identitas akan terbentuk saat seseorang mendapat pandangan atau reaksi orang lain terhadap kita. Maka bisa dikatakan bahwa *fashion* merupakan implementasi penting dalam menyampaikan simbol dalam komunikasi nonverbal yang menjadikan komunikasi makna dari citra diri secara pribadi, dan juga *fashion* menjadi cara untuk membuka secara lebar untuk setiap orang memberikan kesan saat berkomunikasi dengan orang lain. Karena *fashion* bisa

menjadi alat komunikasi untuk menyampaikan identitas sosial seseorang dengan menunjukkan siapa diri orang tersebut yang bisa dikategorikan dalam kelompok atau komunitas sosial yang ada berdasarkan pandangan (Laksmi; 2017).

Fashion yang menjadi bagian dari komunikasi nonverbal dan membentuk identitas sosial merupakan hasil dari pengakuan dari orang yang melihat untuk menunjukkan eksistensinya di kalangan masyarakat, maupun di kalangan mahasiswa. Istilah *fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana. *Fashion* dan gaya berpakaian sendiri berfungsi sebagai daya tarik selain menjadi penutup dan sebagai kesopanan dan untuk mendeskripsikan dirinya di depan publik secara khusus dan menunjukkan citra pribadinya.

Salah satu mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu, Prissky mengatakan:

“Menurut saya, *fashion* mahasiswa FISIP sebenarnya tidak melanggar tata tertib berpakaian yang ditetapkan, hanya saja di beberapa oknum, ada yang berpakaian kelewat santai. Seperti memakai kaos. Tapi sesuai peraturan yang ada asal kaos tersebut masih sopan dipakai di kelas maka sah-sah saja. Dan untuk gaya *fashion* yang beragam, menurut saya *fashion* adalah cara individu mengekspresikan dirinya. Jadi menurut saya kebebasan berpakaian juga tetap hak masing-

masing individu. Beda jika kita harus ke gedung jurusan atau dekanat yang memiliki peraturan lebih ketat” (Pra Penelitian tanggal 28 Oktober 2019)

Berdasarkan pra penelitian diatas, peneliti mengetahui adanya keinginan mahasiswa untuk tampil dengan gayanya tersendiri yang menurut mereka masih menaati peraturan yang berlaku. Saat ini, *fashion* dan busana yang dipakai oleh mahasiswa saat ini digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau status seseorang, oleh sebab itu perebutan makna menjadi hal yang utama dalam hal penilaian terhadap nilai sosial atau status orang salah satunya berdasarkan apa yang dipakai oleh orang tersebut. Kenyataannya saat ini, penampilan dari ujung kaki sampai ujung kepala, mahasiswa mengenakan pakaian mulai dari baju, celana, warna jilbab bagi perempuan, sepatu, dan aksesoris yang disesuaikan dengan gaya mereka sendiri. Dapat dikatakan bahwa *fashion* dengan karakteristik tertentu akan mengkomunikasikan identitas sosial tertentu pula.

Gaya berpakaian yang mereka gunakan, mahasiswa biasanya memakai pakaian yang menjadi *trend* remaja saat ini, contohnya memakai *hoodie* dan *totebag* dengan warna yang sama. Bukan

pemandangan yang asing lagi ketika melihat mahasiswa menggunakan *tote bag* saat ke kampus. Tas yang digunakan pada area bahu ini mempunyai beragam desain yang dapat disesuaikan dengan selera atau *gaya berpenampilan mereka* masing-masing.

Sehingga penelitian yang mengambil subyek mahasiswa FISIP UNIB ini bisa menjadi perwakilan sampel dari banyaknya gaya berpakaian yang ada pada mahasiswa pada umumnya dan menjadi bagian dari penelitian yang mengacu pada gaya berpakaian mahasiswa FISIP yang bisa dikatakan lebih mengarah pada gaya berpakaian yang *fashionable* dan memiliki berbagai macam gaya berpakaian sehingga membentuk identitas sosial mereka di lingkungan perkuliahan mereka melalui gaya berpakaian mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal diartikan sebagai penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, intonasi nada kontak mata ekspresi muka kedekatan jarak dan sentuhan-sentuhan. Kita juga ingin bisa mengendalikan komunikasi nonverbal kita

sendiri sehingga kita dapat berkomunikasi secara lebih efektif. (DeVito, 2011: 193).

Pakaian adalah salah satu komunikasi nonverbal yang termasuk dalam komunikasi artifaktual, yang didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui penataan pakaian dan artefak, misalnya pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing, baju, atau furnitur di rumah anda dan penataanya, atau dekorasi ruang anda (Barnard, 2011, 7).

Fashion sebagai identitas

Fashion merupakan bentuk komunikasi artifaktual, yaitu komunikasi yang berlangsung dari artefak, seperti busana, dandanan, barang perhiasan, dan hal itu membentuk komunikasi nonverbal, karena komunikasi artifaktual merupakan bagian dari komunikasi nonverbal (Subandy, 2007: vii). Oleh karena itu fungsi komunikatif dalam *fashion* membuat individu memberikan komunikasi nonverbal melalui pilihan warna, corak, atau model pakaian yang digunakan. Komunikasi nonverbal yang menempatkan *fashion* menjadi kekuatan komunikasi yang mudah untuk menjadi perhatian orang, karena secara pandangan hanya melalui *fashion* yang dikenakannya sehari-hari, digunakan untuk memberikan nilai sosial

atau status seseorang, karena kebanyakan orang hanya menilai dari apa yang dipakai oleh orang tersebut.

Status sosial dalam masyarakat

Status yang dimiliki seseorang dianggap masyarakat merupakan ciri dari identitas sosial yang terpokok, mulai dari pekerjaan seseorang, yang biasanya dianggap sebagai status tetap dan tertinggi, walaupun tidak senantiasa demikian halnya. (Soekanto, 1992).

Kedudukan atau status sosial merupakan tempat seseorang dalam masyarakatnya, baik dalam lingkungan pergaulan, prestisenya dan hak serta kewajibannya (Soekanto, 2000: 265). Artinya, dalam sebuah pergaulan pada interaksi sosial seseorang tergantung juga bagaimana prestisenya (kegengsiannya) tergantung dari aspek status sosial, dan seseorang mendapatkan suatu kedudukan sosial yang didapatkannya dari suatu kelompok sosial.

Teori Identitas Sosial

Teori identitas sosial dikemukakan oleh Henry Tajfel (1957, 1959) yaitu upaya untuk menjelaskan prasangka, diskriminasi, konflik antar kelompok, dan perubahan sosial (Sarwono, 1999: 90). Menurut Henry identitas sosial adalah

bagian dari pengetahuan individu tentang keanggotaannya dalam kelompok atau kelompok sosial yang disertai pentingnya nilai dan emosi sebagai anggota kelompok, dan mempunyai pengaruh yang besar dalam menjelaskan konsep identitas sosial, yaitu dengan menggunakan kelompok sebagai tempat untuk membentuk perasaan dan perilaku anggotanya.

Konsep diri berkaitan erat dengan anggota kelompok, perbandingan sosial dengan *outgroup*, merupakan elemen yang menentukan dalam berbagai proses yang menjadi kelakuan kelompok yang bersifat positif. Inti dari perbandingan sosial ini adalah proses seseorang menentukan nilai relatif atau annggotanya, kemudian dilihat sebagai hasil dari ketiga proses tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2012: 4). Alasan Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin menjelaskan secara mendalam mengenai *fashion* saat ini bukan hanya menjadi pakaian sehari-hari dikalangan mahasiswa, namun menjadi

bentuk komunikasi nonverbal yang menghasilkan identitas sosial di kalangan mahasiswa. Dan mahasiswa yang akan diteliti yaitu mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas bagaimana cara mahasiswa sekarang membentuk identitas sosialnya di lingkungan perkuliahannya. Pembahasan ini akan menjelaskan hasil wawancara yang didapat dari informan, ada banyak cara mahasiswa dalam menggunakan *fashion* saat di kampus dengan menghubungkan kedua aspek dalam pembentukan identitas sosial, yaitu aspek kategorisasi diri terhadap pembentukan persepsi seseorang, dan mengelompokan individu dalam satu hal.

Individu merasa memiliki kesamaan dengan anggota kelompok dan cenderung melihat perbedaan dengan kelompok atau individu lain dan aspek perbandingan sosial merupakan proses yang dibentuk dari proses membandingkan gaya berpakaian mahasiswa lain, baik positif maupun negatif, hal ini didasari dengan motif dasar membandingkan orang lain itu karena kita ingin mendapatkan gambaran positif tentang diri kita.

Sehingga kebanyakan dari mahasiswa memiliki keanggotaan kelompok gaya berpakaian dan mengarisasikan dirinya sebagai salah satu dari sekian banyak gaya berpakaian yang ada dan yang mereka pilih berdasarkan rasa kesukaan mereka terhadap gaya berpakaian tersebut dan rasa nyaman terhadap kegunaan gaya berpakaian itu.

Teori identitas sosial merupakan sebuah pembentukan konsep diri yang menganalisis proses yang terjadi di level individu atau interaksi individu yang muncul dari identifikasi diri sebagai bagian dari dalam kelompok.

Dengan demikian, identitas sosial adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari pengetahuannya selama berada di dalam kelompok tersebut. Berkaitan dengan fungsi dari *fashion* sendiri yaitu untuk mengkomunikasikan keanggotaan satu kelompok kultural baik pada orang-orang yang menjadi anggota kelompok gaya berpakaian tersebut maupun bukan, sehingga menjadikan *fashion* menjadi bagian dari komunikasi.

Identitas sosial di lingkungan perkuliahan mereka sesuai dengan gaya berpakaian yang mereka kenakan sebagai mahasiswa. Pandangan mereka sebagai mahasiswa jika melihat bahwa gaya

berpakaian dan aksesoris yang dipakai oleh mahasiswa lain, merupakan suatu cara mereka untuk menunjukkan identitas dan status sosial, dengan alasan jawaban mereka yang hampir sama, yaitu *fashion* menjadi cara pertama untuk informan mengetahui dan mengenal secara langsung jika mereka tidak mengenalnya terlebih dahulu.

Hal ini dijelaskan dari jawaban informan yang menilai dari sudut pandang mereka sebagai persepsi atas apa yang dikomunikasikan oleh mahasiswa lain melalui *fashion* yang menjadi salah satu bentuk komunikasi artifaktual.

Komunikasi identitas yang disampaikan oleh mahasiswa lain melalui *fashion*, seperti yang disebutkan oleh informan bahwa *fashion* menjadi gambaran dari diri sendiri dan status sosial pun terlihat dari gaya berpakaian mereka, dan status sosial merupakan bagian dari identitas sosial yang menjadi penentu bagaimana keberadaan mereka sebagai mahasiswa yang bisa dikenal oleh mahasiswa lain.

Informan beranggapan bahwa mereka menjadikan *fashion* menjadi kebutuhan mereka sebagai mahasiswa yang ingin berpenampilan menarik di lingkungan perkuliahannya yang berorientasi pada

identitas mereka sebagai mahasiswa yang mengikuti *trend fashion*. Proses kategorisasi diri dan perbandingan sosial menjadil aspek yang dapat menggambarkan bagaimana informan mengkategorikan dirinya dalam kelompok mahasiswa yang mempunyai gaya berpakaian yang mereka inginkan dan membandingkannya agar bisa mendapatkan hal yang positif tentang dirinya saat memilih gaya berpakaian tersebut.

Peran *fashion* bisa mengubah identitas yang berkaitan dengan perubahan dalam diri meski hanya sementara, atau mungkin juga bisa bertahan selagi mereka ada keinginan unujuk mempertahankan identitas yang mereka inginkan. Setiap orang bisa menemukan suatu hal yang menarik pada *fashion* yang sedang tren, karena mereka telah menentukan identitas sosial seperti apa melalui gaya berpakaian, yang mereka pilih. Hal ini bisa didasarkan dari kenyamanan mereka saat mengenakan gaya berpakaian tersebut.

Fashion menjadi perlambang jiwa, dan bisa menunjukkan siapa pemakainya seseorang dapat mengkomunikasikan sesuatu kepada orang lain melalui gaya, dandanan dan busana yang dikenakan, bahkan jika orang tersebut tidak peduli dengan *fashion* yang mereka pakai, *fashion*

dapat menafsirkan penampilan seseorang seolah-olah *fashion* tersebut sengaja membuat suatu pesan (Barnard, 2011: vi).

Proses pembentukan sosial yang melibatkan kategorisasi diri seseorang kedalam objek yang dikategorisasikan, selain itu, proses membandingkan dengan individu lain atau kelompok lain menjadi hal yang dilakukan oleh seseorang. Sehingga dalam pembahasan tentang komunikasi identitas sosial melalui gaya berpakaian ini, dalam proses pembentukan identitas sosial seseorang, hal yang mendasari yaitu bagaimana proses penempatan diri seseorang itu dalam suatu lingkungan.

Oleh karena itu, proses penempatan diri mahasiswa sebagai objek yang dikategorisasikan menjadi hal utama dalam pembentukan identitas sosial. dalam gaya berpakaian pun informan menyebutkan bahwa mahasiswa lebih memilih untuk mengkategorisasikan dirinya pada gaya berpakaian yang menurut mereka bagus dan menarik untuk dilihat, selain itu kenyamanan, kesukaan mereka terhadap gaya berpakaian itu dan kepercayaan diri saat memakai gaya pakaian itu menjadi poin penting untuk mahasiswa agar bisa tampil percaya diri di lingkungan perkuliahan mereka. Setelah proses

kategorisasi diri, maka seseorang akan membandingkan gaya berpakaian mereka dengan individu dengan gaya berpakaian yang mahasiswa lain untuk mendapat penilaian positif dari mahasiswa lain. Sehingga dalam hal gaya berpakaian mahasiswa FISIP lebih mengarah kepada cara mereka untuk mengkategorisasikan gaya berpakaian mereka dengan gaya berpakaian yang ada dan yang mereka rasa cocok dan membuat mereka percaya diri saat berada di lingkungan kampus.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurahman dan Muhidin. 2011. *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia
- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya
- Ary H, Gunawan. 2000. *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka
- Cipta Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Baudrillard, Jean. 2006. *Ekstase Komunikasi*. Terj Jimmu Firdaus. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Budyatna, Muhammad & Leila Mona Ganiem, 2007. *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Danesi, Marcel, 2011. *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*, Yogyakarta : Jalasutra
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia, Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group*
- Hogg, Michael A & Abrams, Dominic, 1998. *Part 2 The Social identity apporoach: Context and content. Social Psychology of intergroup relations and group process*
- Ernawati, dkk. 2008. *Tata Buasana Jilid 1*. Semarang: Aneka Ilmu Huda, M.
2012. *Teori Psikologi Sosial Makro*. Yogyakarta: Ash-Shaff
- Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, Yogyakarta : Jalasutra
- Moleong, J. L. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja

- Rosdakarya
Mulyana, Deddy. 2005, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jallaludin, M. 2011. *Psikologi Komunikasi Bandung*: PT Remaja Rosadakarya
- Sarwono, Sarlito W. Eko A. Meinarno. 2012. *Psikologi Osial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Sihabudin, A. 2011. *Komunikasi Antarbiudaya, suatu Perspektif Multi Dimensi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Soerjono, Soekanto.2009, *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syani, Abduo, 2012. *Sosiologi Semiotika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Worchel, S., Morales, J.F., Paez, D., & Deschamps, J.C. 1998. *Social Identity: International Prespectives*. London: Sage Publications

Skripsi dan Jurnal

- Berek, Petrus, Isak Dominikus. 2014. *Fashion sebagai komunikasi identitas Sub Budaya*.
- Firdaus Ghani, Budiati Atik Catur, Nurhadi. 2016. *Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FKIP UNS*.
- Hendariningrum, Retno. 2008. *Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta*
- Isabella, Eka, 2010. *Studi Tentang Identitas Mahasiswa di Yogyakarta Melalui cara berpakaian: Program Srudi Jurusan Sosiologi : Universitas Sanata Dharma*
- Laksmi, 2017. *Teori Interaksionisme Simbolik dalam Kajian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: Jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Indonesia*.
- Nurdiani, Nina. 2014, *Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian Lapangan*
- Pawanti, H. Mutia, 2013. *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard: Universitas Indonesia*
- ### **Sumber dari Internet**
- Angkuy. 2016. *Fashion Sebagai Identitas*

Subkultur. Djarumcoklat.com
<https://www.djarumcoklat.com/special-author/fashion-sebagai-identitas-subkultur>
(Diunduh pada 2019 Oktober 08)

Grup 11 Semarang. 2016. *Beda Fakultas, Beda Gaya Berbusana*. Liputan6.com
liputan6.com/citizen6/read/38405/beda-fakultas-beda-gayaberbusana (Diunduh pada 2020 Juli 01)

Mega, Annisa. 2017. *Perkembangan Trend Fashion di Indonesia*. kompasiana.com
<https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/p-erkembangan-trendfashion-di-indonesia>
(Diunduh pada 2019 Oktober 08)

Sidiq. 2017. *Tindakan Sosial: Pengertian dan Contohnya*. sosiologis.com [Website].
<http://sosiologis.com/tindakan-sosial> ;
(Diunduh pada 2019 Oktober 20)

Verkyuten, 2005. *Konsep Identitas Sosial*. academia.edu
academia.edu/9347778/Konstruksi-identitas-kultural-remaja-modern ;
(Diunduh 2019 Oktober 28)

Wiris, Riam, 2018. *Pembahasan Mengenai teori Identitas Sosial*. egotvonline.com
<https://egotvonline.com/pengetahuan/pembahasan-mengenai-teori-identitas-sosial/>
(Diunduh 17 Desember 2019)

Yuki, 2015. *Sejarah Perkembangan Fashion*. yuk,fashion.blogspot.com
[Website]. <https://yuk-fashion.blogspot.com/2015/06/sejarah-perkembangan-fashion/> (Diunduh 3 Maret 2020)