

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kesan pertama dari seseorang merupakan hal yang paling diingat, dan hal itu akan menimbulkan persepsi dari orang lain mengenai siapa diri kita. Pembentukan kesan pertama ini biasanya dilihat dari sebuah penampilan. Yang mana penampilan menjadi daya tarik dari diri seseorang. Penampilan didasarkan dari bentuk penghargaan diri untuk terlihat baik dihadapan orang lain, dan penggunaan pakaian menjadi hal utama dari sebuah penampilan.

Berbicara mengenai pakaian tentu sangat erat kaitannya dengan yang namanya *fashion*. Karena kita acap kali mengidentikkan *fashion* dengan pakaian, padahal sebenarnya *fashion* bisa mencakup apa saja yang diikuti oleh banyak orang dan menjadi tren. Termasuk inovasi dalam berpakaian. Seperti yang dikatakan oleh Alex Thio (dalam Trisnawati, 2011:36) "*fashion is a great though brief enthusiasmong relatively large number of people for a particular innovation*".

Seiring berkembangnya *fashion* dari masa ke masa, kini *fashion* menjadi sesuatu yang dianggap penting dalam kehidupan manusia. Bahkan bagi sebagian orang, *fashion* tidak hanya sekadar balutan pakaian yang menutupi tubuh melainkan lebih dari itu. Kemajuan zaman dan perkembangan segala aspek menjadi faktor pendukung dalam pertumbuhan *fashion*. "*Fashion* terutama pakaian, menjadi aspek penting dalam kehidupan individu saat ini, sebagaimana merupakan salah satu indikator dalam berkembangnya gaya hidup" (Fearstone dalam Trisnawati, 2011:36).

Di era modern seperti saat ini *fashion* tidak luput dari perhatian banyak orang. *Fashion* dan pakaian menjadi satu kesatuan yang terlihat dari diri seseorang. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari setiap orang berupaya untuk berpenampilan dengan versi terbaik dirinya. Hal ini sesuai dengan kutipan Idi Subandy (dalam Lestari, 2014:227) Thomas Carlyre mengatakan bahwa “pakaian merupakan lambang jiwa (*emblems of the soul*)”.

*Fashion* bukan hanya tentang pakaian, semua yang dikenakan di tubuh adalah bagian dari *fashion* itu sendiri. Setiap orang memiliki selera *fashion* yang berbeda-beda dan hal itu akan memberikan ciri mengenai karakter, identitas dan kepercayaan diri terhadap pemakainya. Penampilan dalam *fashion* yang dikenakan mengacu pada kenyamanan dalam menggunakannya.

Penampilan juga sangat erat kaitannya dengan identitas diri seseorang. Karena penampilan memberikan gambaran langsung sebagai pembeda yang satu dengan yang lain. Hal ini relevan dengan gagasan Bernstein, dkk (1994) yang mendefinisikan identitas diri sebagai penilaian terintegrasi individu terhadap citra diri sebagai pribadi yang unik, berbeda dengan yang lain.

Identitas diri ini tercipta dari pakaian yang dikenakan. Karena pakaian sebenarnya dapat mengungkapkan segala sesuatu yang erat kaitannya dengan diri kita. Seperti ungkapan Jhon Berger (dalam buku Ibrahim *Fashion* sebagai Komunikasi) yang menyebutkan bahwa pakaian, gaya rambut, dan sebagainya berada pada level yang sama dan digunakan untuk menunjukkan identitas (Trisnawati, 2011).

Hal-hal yang merujuk pada identitas diri seseorang terlihat dari apa yang ada pada dirinya. Bagaimana ia menginterpretasikan dan menampilkan dirinya

dalam penilaian lingkup sosial. “Identitas adalah penemuan dan penegasan esensi bawaan yang mendefinisikan siapa saya, dan identitas orang lain adalah komposisi dan ciptaan berbagai peran dan materi sosial yang ada.” (Subandy dalam Trisnawati, 2011).

Jika melihat seseorang yang berpenampilan rapi dengan memakai blazer, sepatu hak tinggi, tas *branded*, dan jam tangan mewah di pergelangan tangannya, secara alami menentukan bahwa dia adalah orang yang mapan. Hal ini akan berbeda dengan seseorang yang hanya memakai kaos, celana *jeans*, dan sepatu *kets*, orang lain akan menilai ia adalah orang yang santai dan *simple*. Hal ini merupakan persepsi yang muncul terhadap diri mereka di mata orang lain.

Persepsi adalah suatu proses menafsirkan informasi yang diterima melalui sistem sensorik manusia. Ada tiga aspek di dalam persepsi yang terkait dengan kognisi manusia, yaitu perekaman sensorik/indra, pola kognitif, dan perhatian (Suharman, 2005). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses pengamatan terhadap sesuatu yang dirasakan oleh diri seseorang melalui indranya yang kemudian dapat diinterpretasikan atau ditafsirkan terhadap lingkungan sekitar.

Penampilan dalam model berpakaian, gaya rambut, dandanan, dan sebagainya merupakan ekspresi yang dikomunikasikan oleh diri kita kepada orang lain. Bahkan ekspresi wajah maupun bahasa tubuh merupakan bagian dalam komunikasi. Karena hal tersebut telah lebih dahulu mengkomunikasikan sebelum kita berbicara.

Tanpa kita sadari *fashion* dan komunikasi adalah kedua hal yang saling bersinggungan. Karena melalui *fashion* yang dikenakannya, seseorang mengirim

pesan atau mengkomunikasikan tentang dirinya kepada orang lain. Sebagaimana yang dikatakan oleh Umberto Eco (dalam Trisnawati, 2011) menyatakan “aku berbicara lewat pakaianku (*I speak through my clothes*)”.

Menurut Idi Subandy (dalam Lestari, 2014:227) bahwa “*fashion* dan pakaian merupakan bentuk komunikasi nonverbal, lebih tepatnya komunikasi artifaktual (*artifactual communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung melalui penataan berbagai artefak, seperti pakaian, dandanan, model rambut, hiasan, motif busana, dan benda-benda penunjang penampilan lainnya”.

Senada yang dikatakan oleh Barthes (dalam Lestari, 2014) mengenai “*the language of fashion*” yang memiliki arti bahwa setiap bentuk *fashion* pasti mengandung pesan tertentu yang ingin disampaikan oleh pemakainya. Dengan begitu, pakaian merupakan objek yang dianggap sebagian orang bisa menyampaikan suatu pesan.

Kemajuan industri *fashion* akan selalu menciptakan mode pakaian yang terus berkembang. Modernisasi *fashion* yang semakin populer kini telah berubah menjadi sebuah tuntutan kebutuhan dan gaya hidup, ditambah dengan peran media yang ikut menyebarkan kapitalis. Sehingga masyarakat semakin mudah dalam menunjukkan sisi kehidupannya sejalan dengan perkembangan *fashion* yang ada.

Tidak dapat dipungkiri bahwa penilaian terhadap seseorang dilihat dari cara ia berpakaian. Walau pun hal ini tidak bisa dibenarkan atau pun disalahkan. Namun, stereotip tersebut selalu melekat di kehidupan masyarakat hingga akhirnya menjadi indikator kepribadian seseorang. Seperti gagasan Kefgan dan Touchie, yang menyatakan bahwa “pakaian menyampaikan pesan, pakaian

terlihat sebelum suara terdengar, dan pakaian selalu dikaitkan dengan perilaku tertentu” (Rakhmat, 2012).

Pekembangan *fashion* dan pakaian menjadi bagian penting dalam menandakan kecenderungan pandangan zaman. Sebagaimana yang dikatakan Idi Subandy (dalam Lestari, 2014) mengungkapkan bahwa “Pakaian tidak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia”.

Era globalisasi membuat perkembangan *fashion* di Indonesia semakin pesat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Kemenperin pada tahun 2019 industri pakaian jadi catatkan pertumbuhan paling tinggi yang mana sebesar 29,19% secara tahunan yang merupakan sektor tertinggi kedua setelah industri furnitur di mana masyarakat semakin konsumtif juga *fashionable*. Sedangkan data terbaru Kemenperin pada tahun 2021 menyatakan bahwa *fashion* menjadi salah satu sektor yang berpotensi kedepannya. Selain itu, peran media massa juga ikut menyebarkan informasi mengenai tren *fashion* yang sedang berkembang. Sehingga dalam hal ini masyarakat semakin memiliki pengetahuan tentang *fashion* dan minat yang tinggi bukan hanya sebagai sebuah kebutuhan saja tetapi juga gaya hidup.

Perkembangan *fashion* juga telah memasuki kehidupan kalangan mahasiswa. Pencarian identitas diri atau jati diri menjadi salah satu indikator yang membuat mahasiswa senang dalam menginovasikan penampilannya lewat *fashion*. Sehingga dalam lingkup kampus, *fashion* menjadi sesuatu yang lumrah, baik bagi para mahasiswanya maupun bagi para dosen dan petinggi di lingkungan kampus. Seperti halnya dengan kampus Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, terlihat bahwa *fashion* di sana memiliki peminat yang cukup

besar. Penampilan dari tiap mahasiswa maupun dari kalangan dosennya dapat dikatakan mengikuti tren masa kini.

Berbicara mengenai tren *fashion* terdapat berbagai macam jenis *fashion* yang ada dan yang lazim digunakan di lingkungan kampus yaitu gaya formal maupun *casual*. Dengan berpakaian yang mengikuti trendi masa kini atau pun tidak itu adalah tergantung kenyamanan yang dapat meningkatkan kepercayaan diri pemakainya, tetapi tetap tidak menyalahi aturan norma.

Di kampus USB YPKP Bandung sendiri tidak memiliki aturan khusus bagi mahasiswa/mahasiswinya dalam segi berpenampilan, terkecuali jika saat sedang ujian diwajibkan menggunakan kemeja putih dan celana/rok hitam, dan jika ingin memakai rok diperkenankan untuk panjangnya di bawah lutut. Namun, lain lagi jika dosen tertentu memiliki aturan sendiri untuk mahasiswanya yang ingin mengikuti perkuliahan dosen tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan *fashion* pada mahasiswa USB YPKP tidak ada batasan yang lebih khusus namun tetap tidak melanggar norma dan nilai kesopanan.

Mahasiswa dari tiap-tiap jurusan di USB YPKP memiliki karakternya sendiri dalam gaya berpenampilan. Seperti pada mahasiswa Fakultas Ekonomi cenderung memiliki *fashion* yang rapi tetapi tidak kaku, berbeda dengan mahasiswa Fakultas Teknik yang terkesan *simple* dan santai. Lain lagi dengan mahasiswa FISIP, khususnya mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang memiliki *fashion* yang cenderung *casual* dan terlihat sangat memperhatikan gaya berpakaian. Sehingga sebagian besar mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi selalu diasumsikan sebagai mahasiswa yang *fashionable*.

Dalam hal ini mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang terdiri dari konsentrasi Humas dan Jurnalistik memiliki sedikit perbedaan, yang mana pada konsentrasi Humas terkesan lebih rapi karena pada dasarnya memang dilatih untuk lebih memperhatikan penampilannya dalam berbusana, yang nantinya ketika sudah di dunia kerja ia akan merepresentasikan perusahaan atau instansi yang ditempatinya. Sedangkan mahasiswa dari konsentrasi Jurnalistik terlihat lebih *simple* dalam hal berbusana.

Perbedaan dalam hal penampilan atau berbusana ini dapat dikatakan menjadi suatu identitas yang dimiliki oleh tiap-tiap mahasiswa yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan disekitarnya atau memang preferensi dirinya sendiri terhadap bagaimana ia memaknai fungsi *fashion* atau busana tersebut. Bahkan *fashion* yang digunakan mahasiswa pada masa kini dan masa yang lampau pun memiliki perbedaan. Karena adanya tren *fashion* dan pengetahuan yang berbeda.

Zaman dahulu *fashion* atau pakaian hanya sekadar kebutuhan primer, yang mana berbeda dengan zaman sekarang sebagai bentuk pencitraan diri termasuk gaya hidup. Berdasarkan jurnal Pengembangan Humaniora Vol.14 No.3. yang menyebutkan Idi Subandy dalam bukunya yang berjudul Budaya Populer sebagai Komunikasi (2007: 243) berpendapat bahwa perkembangan masyarakat dalam mengidentifikasi *fashion* sebagai bentuk identitas digolongkan menjadi tiga tahapan, yaitu masyarakat tradisional, modern, dan pasca-modern. Hal tersebut menegaskan *fashion* adalah sebuah penunjuk identitas di setiap lapisan zaman.

Hal ini sejalan dengan saat memilih pakaian yang akan dikenakan dalam konteks ruang tertentu seperti; di rumah, kantor, kampus atau tempat lainnya yang mana merupakan bentuk *sense of fashion* (selera mode) tanpa melanggar fungsi sosial lain semacam kesepakatan aturan dan norma. Disisi lain *fashion* atau pakaian dapat dengan mudah untuk mengidentifikasi selera, status sosial, profesi, hingga identitas diri seseorang.

Berdasarkan fenomena yang telah disebutkan peneliti tertarik untuk mengungkap dan mencari tahu apa yang mendasari perbedaan *fashion* atau hal berbusana pada kalangan mahasiswa dan bagaimana mahasiswa memaknai fungsi *fashion* sebagai komunikasi dalam menunjukkan identitas dirinya. Sehubungan dengan latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil judul “Pemaknaan Mahasiswa mengenai *Fashion* sebagai Komunikasi dalam Menunjukkan Identitas Diri”. Dengan begitu peneliti berharap penelitian ini menjadi penting dan bermakna karena memberikan pengetahuan mengenai keterkaitan *fashion* dan komunikasi dalam pandangan mahasiswa yang dirasa mempunyai andil besar untuk penggunaan *fashion* serta memberikan kontribusi dalam khasanah keilmuan di kampus USB YPKP Bandung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, untuk mempersempit dan memfokuskan topik, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana mahasiswa memaknai fungsi *fashion* sebagai media komunikasi dalam menunjukkan identitas diri?

### 1.3 Identifikasi Masalah

Masalah–masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep diri mahasiswa dalam menggunakan *fashion* untuk dirinya?
2. Bagaimana motif mahasiswa dalam menggunakan *fashion* untuk dirinya?
3. Bagaimana mahasiswa memaknai *fashion* untuk dirinya?
4. Bagaimana pengalaman mahasiswa mengenai fungsi *fashion* untuk dirinya?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan adalah sesuatu yang ingin dicapai. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui konsep diri mahasiswa dalam menggunakan *fashion* untuk dirinya.
2. Untuk mengetahui motif mahasiswa dalam menggunakan *fashion* untuk dirinya.
3. Untuk mengetahui makna *fashion* oleh mahasiswa untuk dirinya.
4. Untuk mengetahui pengalaman mahasiswa mengenai fungsi *fashion* sebagai komunikasi untuk dirinya.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu khususnya ilmu komunikasi. Selain itu, penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kegunaan teoritis dan kegunaan praktis sebagai berikut:

#### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan bidang Ilmu Komunikasi. Yang mana *fashion* memiliki andil dalam mengkomunikasikan identitas seseorang melalui komunikasi nonverbal. Selain itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

#### 2. Kegunaan Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai *fashion* sebagai alat komunikasi nonverbal.

##### b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa dan pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung dan dapat digunakan sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang serupa.

##### c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi masyarakat umum bahwa makna *fashion* dan pakaian memiliki fungsi komunikatif untuk menunjukkan identitas diri serta memberikan pengetahuan agar masyarakat semakin bijak dalam berbusana.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika untuk penelitian dengan metode/pendekatan kualitatif sebagai berikut :

### **BAB I : Pendahuluan**

Menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Menjelaskan mengenai rangkuman teori, kajian/penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Merupakan penjelasan mengenai pendekatan penelitian yang digunakan, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

### **BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Menjelaskan mengenai objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

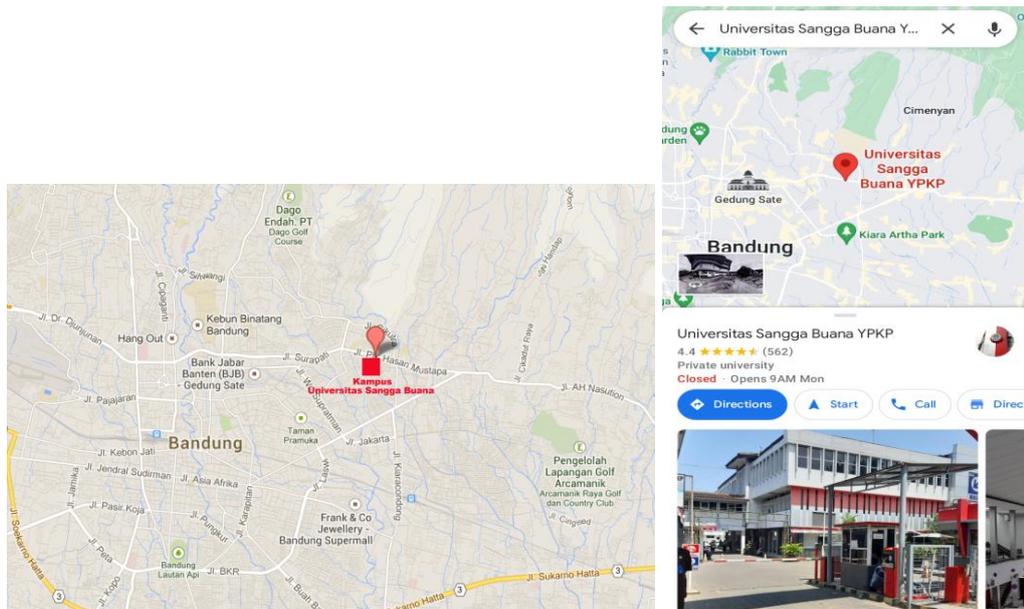
### **BAB V : Penutup**

Merupakan simpulan dan rekomendasi.

## 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, yang terletak di JL. PHH Mustofa No.68, Cikutra, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung Jawa Barat 40124. Peneliti memilih lokasi ini berdasarkan fenomena –

fenomena yang tertera pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya. Selain itu, lokasi ini merupakan kampus tempat peneliti menimba ilmu, sehingga peneliti merasa sangat tertarik untuk meneliti fenomena yang ada di lokasi tersebut.



**Gambar 1.1**

**Peta Lokasi USB YPKP Bandung**

Sumber: <https://www.google.com/maps/search/universitas-sangga-buana/>

Adapun waktu pelaksanaan untuk penelitian ini terhitung dari bulan Februari 2022 sampai dengan selesai. Berikut adalah tabel rincian waktu penelitian yang dapat digambarkan:

**TABEL 1.1**  
**RINCIAN WAKTU PENELITIAN**

Sumber : data diolah oleh peneliti

No	Aktivitas	Sub Aktivitas	Bulan
1	Tahap Persiapan Penelitian	Konsultasi Judul Penelitian	Februari
		ACC Judul Penelitian	Februari
		Mengumpulkan Data	Februari
		Kunjungan ke Lokasi Penelitian	Februari
		Kunjungan ke Perpustakaan	Februari
		Menyusun BAB I	Maret
2	Penyusunan Usulan Penelitian	Revisi Bab I	Maret
		ACC BAB I	April
		Menyusun BAB II	April
3	Penyusunan UP	Revisi BAB II	April
		ACC BAB II	Mei
		Menyusun BAB III	Mei
		Revisi BAB III	Mei
		ACC BAB III	Mei
4	Sidang UP	Persiapan Sidang Usulan Penelitian	Juni
		Sidang Usulan Penelitian	Juni
5	Penyusunan Skripsi	Melakukan Penelitian	Juni
		Kunjungan ke Perpustakaan	Juli
		Penyusunan BAB IV	Juli
		ACC BAB IV	Agustus
		Menyusun BAB V	Agustus
		ACC BAB V	Agustus
6	Sidang Skripsi	Persiapan Sidang Akhir	Agustus
		Sidang Akhir	Agustus