

Motivasi Mahasiswa Universitas Fajar Dalam Memilih Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial

Muhammad Bisyr^{1*}, Muhammad Fathur Rahman²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial,
Universitas Fajar

Article Info

Article history:

Accepted: 15 Januari 2023

Publish: 24 Januari 2023

Keywords:

Motivation,

Fashion,

Communication,

Social Identity,

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *fashion* sebagai alat komunikasi yang dapat mempengaruhi identitas sosial dan mengetahui apa saja motivasi Mahasiswa Universitas Fajar dalam memilih *fashion* sebagai komunikasi identitas sosial mereka. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yakni data yang diperoleh seperti hasil observasi dan wawancara dengan informan, catatan lapangan yang disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk angka-angka. Hasil penelitian yang diperoleh peneliti pada mahasiswa Universitas Fajar bahwa setiap Mahasiswa memiliki motivasi dan alasan yang beragam dalam memilih *fashion* yang akan mereka gunakan. Saat memilih Fashion seseorang akan mendapat dorongan intrinsik dan ekstrinsik. *Fashion* yang digunakan juga dijadikan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan bahwa *fashion* memiliki makna. *Fashion* dianggap menjadi pembeda antara satu kelompok dengan kelompok yang lain, *fashion* juga dianggap mampu melambangkan dengan jelas identitas sosial suatu organisasi dengan cara melihat ciri khusus *fashion* yang digunakan.

Article Info

Article history:

Accepted: 15 Januari 2023

Publish: 24 Januari 2023

Abstract

The purpose of this study is to find out how fashion as a communication tool can affect social identity and find out what are the motivations of Fajar University students in choosing fashion as a communication of their social identity. This study uses a qualitative descriptive research method, namely the data obtained such as the results of observations and interviews with informants, field notes prepared by researchers at the research location, not stated in the form of numbers. The results of the research obtained by researchers at Fajar University students that each student has various motivations and reasons in choosing the fashion they will use. When choosing Fashion someone will get an intrinsic and extrinsic drive. The fashion used is also used as a communication tool to convey the message that fashion has meaning. Fashion is considered a differentiator between one group and another, fashion is also considered to be able to clearly symbolize the social identity of an organization by looking at the special characteristics of the fashion used.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Muhammad Bisyr

Universitas Fajar

Email : muhammadbisyr@unifa.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kota Makassar merupakan salah satu kota besar yang dihuni sekitar 1,7 juta jiwa dengan *background* Masyarakat Multikultur. Kota Makassar saat ini telah dinobatkan menjadi Kota Smart City pada tanggal 22 Mei 2017 (Harlina & Mustafa, 2018). Sehingga setiap perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi lebih mudah didapatkan oleh masyarakat Kota Makassar. Mahasiswa merupakan generasi milenial yang akrab dengan perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi saat ini, khususnya Mahasiswa Universitas Fajar yang ada di Kota Makassar. Universitas Fajar Salah satu Perguruan tinggi di Kota Makassar yang berdiri pada tahun 2008. Berdasarkan data yang

diperoleh dari Bidang Akademik dan Kerjasama tahun 2020 Mahasiswa aktif di Universitas Fajar berjumlah 3.455 orang.

Kusumawati (2016) mengemukakan bahwa melihat perkembangan yang telah terjadi saat ini komunikasi memang sangat sering sekali digunakan dalam suatu interaksi bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari (Kusumawati, 2016). Walaupun sudah sering atau sudah biasa dilakukan mungkin masih ada sebagai dari kita yang belum begitu paham dalam pengertian komunikasi beserta bentuknya. Menurut Agus (Kusumawati, 2016) mengemukakan bahwa komunikasi diartikan sebagai pemberitahuan, pembicaraan, percakapan, pertukaran pikiran atau hubungan. Effendy (Firdaus et al., 2015) mengemukakan bahwa terdapat 5 (lima) komponen yang ada dalam komunikasi yaitu: a. komunikator (orang yang menyampaikan pesan) b. pesan (pernyataan yang didukung oleh lambang) c. komunikan (orang yang menerima pesan) d. media (sarana yang mendukung pesan apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya) e. efek (dampak sebagai pengaruh dari pesan). Komunikasi ini juga dapat dibedakan lagi ke dalam beberapa bentuk, pembagian komunikasi dari segi penyampaiannya ada komunikasi verbal maupun non-verbal. Kusumawati (2016) mengemukakan bahwa komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan (*speak language*) (Kusumawati, 2016). Komunikasi non-verbal juga bisa diartikan sebagai tindakan-tindakan manusia yang secara sengaja dikirimkan dan diinterpretasikan seperti tujuannya dan memiliki potensi akan adanya umpan balik (*feed back*) dari penerimanya. Dalam arti lain, setiap bentuk komunikasi tanpa menggunakan lambang-lambang verbal seperti kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan. Komunikasi non verbal dapat berupa lambang-lambang seperti *gesture*, warna, mimik wajah dll. Dalam hal ini, dapat dijabarkan bahwa pakaian atau *fashion* adalah salah satu alat komunikasi non-verbal (Dewa et al., 2010).

Rahmawati (2020) mengemukakan bahwa dalam etimologi kata "*fashion*" berasal dari bahasa latin yaitu "*Factio*" yang memiliki arti membuat atau melakukan. Barnard mengemukakan bahwa *fashion* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang (Rahmawati, 2020). *Fashion* adalah sebuah bentuk atau cara yang digunakan seseorang untuk mengekspresikan diri dan memungkinkan seseorang melakukan berbagai peran dalam hidup (Tyaswara et al., 2017). Fenomena saat ini Mahasiswa tidak hanya menggunakan Internet untuk keperluan Pendidikan saja, melainkan Mahasiswa juga banyak mencari tahu tentang informasi *trend fashion* terbaru (Simamora & Fatira AK., 2019). Perkembangan *fashion* di Kota Makasar, membuat Masyarakat memiliki rasa penasaran untuk selalu mengetahui dan mengikuti *trend*, salah satunya *trend fashion*. Di Kota Makasar terdapat sekitar 8 pusat perbelanjaan (*mall*) yang merupakan hal positif bagi sebagian Masyarakat khususnya Mahasiswa untuk bisa mengeksplor *trend fashion* mereka. *Fashion* bagi Mahasiswa merupakan salah satu hal yang di anggap sangat penting dikarenakan sebagian Mahasiswa menganggap *fashion* akan menunjang kepercayaan diri mereka untuk bergabung dalam sebuah organisasi atau kelompok di lingkungan mereka. *Fashion* saat ini tidak hanya menjadi kebutuhan sebagai penutup badan namun *fashion* juga mampu memberikan informasi tertentu bagi pemakaiannya terhadap siapapun yang melihatnya. *Fashion* juga dianggap sebagai salah satu alat Komunikasi jenis Komunikasi *non-verbal* dengan menggunakan *fashion* sebagai pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak atau orang yang melihatnya (Tyaswara et al., 2017).

Hovland, Janis dan Kelly (Kurniawan, 2018) mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang pasti akan dilalui oleh seseorang yang memiliki peran sebagai seorang komunikator dan bertugas untuk menyampaikan stimulus berupa informasi dan memiliki tujuan untuk memberikan perubahan serta membentuk perilaku orang lain. Penelitian yang telah dilakukan mengenai *fashion* mengemukakan bahwa bagi mahasiswa *fashion* lebih dipandang sebagai suatu cara untuk mengkomunikasikan kepada orang lain mengenai identitas mereka sebagai mahasiswa, identitas tersebut tidak terlepas dari kepatuhan serta aturan "moral" kolektif masyarakat, yang menjadikan kerapuhan mahasiswa adalah sebuah tanda identitas intelektual (Rahmawati, 2020). Mustikarani dan Irwansyah (2019) mengemukakan bahwa *fashion* juga akan menunjukkan gaya hidup seseorang

dalam berpenampilan sehingga akan membentuk identitas diri mereka (Mustikarani & Irwansyah, 2019).

Identitas dapat berarti ciri-ciri atau keadaan khusus yang dialami seseorang, sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat. Identitas sosial adalah suatu bentuk kondisi atau keadaan sekelompok masyarakat tertentu (Lisdiantini et al., 2019). Rahmawati (2020) mengemukakan bahwa *fashion* dikatakan sebagai identitas pribadi karena *fashion* yang digunakan akan menunjukkan siapa kita, dapat dikatakan sebagai identitas sosial atau kelompok melalui *dress code*, dan dapat dikatakan sebagai identitas budaya yang diekspresikan melalui kecenderungan masyarakat disuatu wilayah dalam berpakaian dan berpenampilan (Rahmawati, 2020).

Menurut Tako (Oktalista & Erianjoni, 2019) mengemukakan bahwa terdapat tiga kriteria *style fashion* yaitu satu, *preppy style* dimana *style* yang memiliki ciri khas yang menampilkan perpaduan antara gaya formal dan *sporty*. Beberapa item yang harus dimiliki untuk *style* ini ialah sepatu *loofer*, *slimcargopants*, dan kardigan atau sejenis jaket. *Preppy style* ingin mengkomunikasikan bahwa gaya berbusana ini ingin memperlihatkan kesan formal namun tetap santai.

Berikutnya *dandy style* ialah gaya berbusana seperti dalam film *wall street* dengan kesan yang dimunculkan, rapi, dan sangat formal. Adapun item yang harus dimiliki diantaranya kemeja formal, sepatu *wingtip*, *suspender*, dan *pomade* untuk rambut. *Dandy style* ingin mengkomunikasikan bahwa dengan memakai jas, celana kain, sepatu pantofel dan baju yang rapi, tanpa berbicara setiap orang yang melihatnya akan tau dia akan pergi ke kantor atau menghadiri acara penting. *Style fashion* ketiga disebut dengan *casual style* dimana kesan yang ditimbulkan adalah *easy going* dan *effortless stylish*. Item yang harus dimiliki pada *fashion casual style* yang pertama *t-shirt*, *jeans*, *sneakers*, *polo shirt*, dan kemeja. *Casual style* akan mengkomunikasikan kalau orang yang mengenakan *style* ini ingin terlihat santai, tidak formal dan lebih nyaman.

Ketika Mahasiswa menggunakan *fashion* atau pakaian untuk menyampaikan suatu pesan kepada orang lain, maka akan terdapat beberapa macam motif atau motivasi Mahasiswa memilih sebuah *fashion* untuk digunakan. Penelitian terdahulu yang dilakukan mengenai *fashion* mengemukakan bahwa bagi Mahasiswa *fashion* lebih dipandang sebagai suatu cara untuk mengkomunikasikan kepada orang lain mengenai identitas mereka sebagai mahasiswa, identitas tersebut tidak terlepas dari kepatuhan serta aturan “moral” kolektif Masyarakat, yang menjadikan kerapian Mahasiswa adalah sebuah tanda identitas intelektual (Rahmawati, 2020).

Tajfel (Hamzah et al., 2019) mengemukakan bahwa identitas sosial ialah bagian konsep diri setiap individu-individu yang berasal dari pengetahuan mereka terhadap keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial berdasarkan keterikatan nilai-nilai dan emosi. Identitas yang peneliti maksud disini ialah bagaimana mahasiswa memilih *fashion* untuk mencari jati diri yang akan ditampilkan kepada khalayak atau komunikasi, seperti memilih warna, model dan bentuk dalam menggunakan *fashion*. Dengan adanya perbedaan motivasi Mahasiswa dalam memilih *fashion* peneliti tertarik untuk meneliti hal ini, peneliti bermaksud mengetahui lebih mendalam terkait penelitian tentang motivasi Mahasiswa Universitas Fajar dalam memilih *fashion* sebagai komunikasi identitas sosial.

2. METODE PENELITIAN

Model rancangan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yakni data yang diperoleh seperti hasil observasi, hasil wawancara dengan informan, catatan lapangan yang disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk angka-angka. Peneliti segera melakukan analisis data dengan memperkaya informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola atas dasar aslinya (tidak ditransformasi dalam bentuk angka).

Salim dan Syahrums (2012) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang menggunakan prosedur penemuan dan tidak lagi dilakukan prosedur yang

menggunakan statistik atau kauntifikasi (Salim & Syahrin, 2012). Dalam hal ini penelitian kualitatif menitik beratkan pada kehidupan seseorang, cerita, perilaku, serta fungsi organisasi gerakan sosial serta hubungan timbal balik.

Alasan dipilihnya metode penelitian kualitatif karena dalam penelitian kualitatif, peneliti dapat mengamati secara langsung, berinteraksi, dan berusaha memahami bagaimana peranaan *fashion* sebagai komunikasi dapat mencerminkan identitas sosial di kalangan mahasiswa Kota Makassar. Penelitian kualitatif juga menuntut peneliti untuk turun langsung kelapangan dalam waktu cukup lama, hal ini bertujuan agar mengetahui lebih dalam tentang masalah yang sedang diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam suatu penelitian ialah data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam. Dengan terjun langsung ke beberapa kampus, serta mewawancarai beberapa informan terkait *fashion*. Sementara data sekunder didapatkan melalui kajian pustaka serta penelaahan dokumen, serta data lainnya guna mengetahui peranan *fashion* sebagai komunikasi identitas sosial Mahasiswa di Universitas Fajar.

1. Data Primer

Data primer penelitian ini adalah data dari semua informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti kepada informan tanpa melalui perantara. Oleh karena itu, peneliti mengumpulkan data tersebut melalui komunikasi langsung dengan para informan yang telah ditentukan pada setiap kategori dan pengamatan langsung di lapangan.

a. Observasi

Pengamatan dan pencatatan terhadap *fashion* mahasiswa di beberapa dikampus. Observasi sebagai alat pengumpulan data yang dilakukan secara berkala dalam beberapa waktu. Dalam hal ini, peneliti mengobservasi lokasi tempat penelitian yakni beberapa Universitas yang berada di Kota Makassar.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah bentuk komunikasi kepada informan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Dengan metode ini peneliti dapat meminta tanggapan langsung dari informan secara lebih terperinci dan mengetahui reaksi yang ada pada informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder peneliti adalah sumber yang tidak langsung, yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap penelitian. Sumber data sekunder ini dari dokumentasi dan studi kepustakaan. Data dokumentasi berupa dokumen yang terkait dengan pribadi informan. Adapun studi pustaka, data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan, diantaranya buku-buku, jurnal-jurnal, tesis, maupun media online yang relevan dengan penelitian. Studi pustaka ini penting dihadirkan karena latar belakang konseptual terhadap pemahaman penulis tentang tema yang diteliti, baik dalam teori maupun praktiknya.

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah suatu proses yang dilakukan peneliti untuk memperoleh keterangan yang lebih lanjut untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan responden dengan menggunakan pedoman (*guide*) wawancara maupun tidak (Linarwati et al., 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data Seiddel, prosesnya berjalan sebagai berikut:

1. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasi, mensistesisikan, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya.
3. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan dan membuat temuan-temuan umum.

Tahapan analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Membaca atau mempelajari data, menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada dalam data.
2. Mempelajari kata-kata kunci itu, berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari data.
3. Menuliskan 'model' yang ditemukan.
4. Koding yang telah dilakukan.

Dari definisi-definisi tersebut dapat kita pahami bahwa ada yang mengemukakan proses, ada pula yang menjelaskan tentang komponen-komponen yang perlu ada dalam suatu analisis data.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Melihat *fashion* memiliki peran penting bagi setiap orang membuat mahasiswa Universitas Fajar tampil dengan *fashion* yang beragam. Terlebih di zaman sekarang *fashion* sudah sangat berkembang pesat. Hal ini dapat di sajikan melalui wawancara yang telah dilakukan secara langsung dengan 5 orang informan mahasiswa Universitas Fajar Fakultas.

- a. Informan Irsan (Laki-laki, 21 tahun), Fakultas Feis Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019, hasil wawancara peneliti dengan informan Irsan, jenis *fashion* yang informan pilih adalah jenis casual style. Motivasi informan memilih casual style ialah karena faktor lingkungan di sekitarnya yang kebanyakan menggunakan *fashion* jenis casual style, dari situlah irsan mencoba dan akhirnya nyaman menggunakan casual style karena sesuai dengan pembawaan dirinya yang santai dan mudah berbaur.
- b. Informan Alpolando Kappa (Laki-Laki, 20 tahun), Fakultas Feis Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 jenis *fashion* yang informan pilih adalah preppy style. Motivasi informan memilih *fashion* jenis ini adalah ingin terlihat berbeda dari orang kebanyakan. Selain itu, *fashion* ini dianggap mampu mengulang kenangan masa muda ayah informan yang dulunya juga gemar memadukan *fashion* yang seperti ini.
- c. Informan Mutiara Mentari Putri (Perempuan, 20 tahun) Fakultas Teknik Prodi Teknik Sipil Angkatan 2018: informan lebih senang menggunakan casual style, namun di kampus sendiri terdapat aturan tersendiri yang mengharuskan informan mengikuti jenis pakaian yang telah di tentukan. Motivasi informan memilih *fashion* yang digunakan adalah disamping karena aturan dari organisasi kampus. informan juga sudah mulai terbiasa dengan *fashion* tersebut.
- d. Informan Fadil Hafiz (Laki-Laki, 21 tahun) Fakultas Teknik Prodi Teknik Mesin Angkatan 2018 menjawab jenis *fashion* yang informan pakai diluar kampus kebanyakan casual style . Namun karena di fakultas sendiri terdapat aturan berpakaian dari organisasi , sehingga mengharuskan informan mengikuti aturan tersebut. Sehingga, saat di Tanya mengenai motivasi informan menjawab, karena ada aturan dari organisasi tapi diluar kampus informan tetap menggunakan casual style yang menurut informan nyaman.
- e. Informan Nurhidayati (Perempuan, 22 tahun) Fakultas Feis Prodi D3 Akuntansi Angkatan 2018 informan memilih jenis casual style, namun untuk di kampus sendiri terdapat aturan berpakaian yang telah di tetapkan oleh prodi. Motivasi informan dalam memilih *fashion* yang digunakan ke kampus mengikuti aturan yang berlaku, aturan yang dikeluarkan prodi D3 akutanansi ialah *fashion* dandy style (pakaian formal) sedangkan diluar kampus informan memilih *fashion* yang lebih santai dan nyaman saat dikenakan seperti tunik dan sepatu kets.

Dengan demikian kesimpulan yang dapat ditarik dari beberapa hasil wawancara dengan informan diperoleh hasil bahwa, Setiap Mahasiswa (i) memiliki motivasi dan alasan yang beragam dalam memilih *fashion* yang akan mereka gunakan antara lain *fashion* dapat menunjang kepercayaan diri, *fashion* yang dipilih karena termotivasi oleh idola yang digemari, karena faktor orang tua dan ada yang tidak bebas memilih *fashion* ketika ke kampus karena ada aturan yang berlaku di fakultas mereka.

Fashion dianggap sebagai salah satu bentuk komunikasi nonverbal, dari *fashion* yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan sebuah pesan yang tanpa harus melalui kata-kata, hanya dengan melalui indra penglihatan pesan akan tersampaikan. Hal ini dapat di sajikan melalui wawancara yang telah dilakukan secara langsung dengan 5 orang informan mahasiswa Universitas Fajar

- a. Informan Irsan (Laki-laki, 21 tahun), Fakultas Feis Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 mengatakan bahwa dengan *fashion casual*, mengenakan symbol-simbol *fashion casual* seperti topi, hoodie, t-shirt oversize, celana jeans dan sepatu kets secara tidak langsung akan memberitahukan ke orang lain bahwa informan memiliki *fashion* yang santai, hanya dengan *fashion* yang simple dan easy going tetap akan membuat informan terlihat keren.
- b. Informan Alpolando Kappa (Laki-Laki, 20 tahun), Fakultas Feis Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019: melalui *fashion* yang dipilih informan yakni preppy style perpaduan antara *casual style* dan *dandy style* seperti menggabungkan hoodie lalu memakai celana kain dan sepatu pantofel. Informan menjadikan *fashion* sebagai alat komunikasi kepada orang lain bahwa informan ingin terlihat santai namun tetap rapi dengan celana kain dan sepatu pantofelnya. Selain itu informan ingin terlihat berbeda dari orang lain, karena tidak banyak orang yang mampu mix and match antara *fashion casual* dan *dandy*
- c. Informan Mutiara Mentari Putri (Perempuan, 20 tahun) Fakultas Teknik Prodi Teknik Sipil Angkatan 2018: informan menjadikan *fashion* yang dipilih sebagai alat komunikasi untuk memberitahukan kepada orang lain bahwa informan berasal dari fakultas teknik yang di tuntut untuk berpakaian sesuai dengan aturan yang berlaku, dengan memakai celana yang longgar dan dengan kemeja hitam. Sehingga akan memberikan pesan bahwa fakultas teknik memiliki tingkat kekompakan dan solidaritas yang tinggi.
- d. Informan Fadil Hafiz (Laki-Laki, 21 tahun) Fakultas Teknik Prodi Teknik Mesin Angkatan 2018: informan menggunakan *fashion* yang dipilihnya sebagai alat komunikasi untuk memberi pesan ke orang lain bahwa *fashion* yang informan gunakan di kampus mampu menunjukkan dari fakultas mana informan berasal. Sedangkan, untuk diluar wilayah kampus informan menggunakan *fashion* eksotis/*casual style* untuk menyampaikan bahwa dengan *fashion* ini saya sebenarnya akan lebih percaya diri dan lebih nyaman.
- e. Informan Nurhidayati (Perempuan, 22 tahun) Fakultas Feis Prodi D3 Akuntansi Angkatan 2018 memberikan pernyataan bahwa karena dia merupakan mahasiswa D3, dan terkhusus mahasiswa D3 memiliki seragam yang merupakan ciri khas mereka dalam berpakaian. Hal tersebut menunjukkan menunjukkan bahwa secara tidak langsung *fashion* yang dikenakan oleh informan adalah sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan ke orang lain bahwa informan berasal dari prodi D3 dengan pakaian yang dikenakan karena lebih mencolok dan berbeda dari *fashion* mahasiswa lain yang ada di Universitas Fajar.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa *fashion* yang digunakan mahasiswa Universitas Fajar merupakan salah satu alat komunikasi untuk menyampaikan pesan bahwa *fashion* jadul juga bisa terlihat keren, *fashion* yang *casual* yang santai dan simple juga bisa tampil keren, *fashion* yang menunjukkan kebersamaan dan solidaritas dan ada yang ingin menyampaikan *fashion* yang rapi dengan menggunakan seragam lebih terlihat berwibawa dan lebih gampang dikenali.

Fashion dapat menjadi identitas, ciri dan tanda keberadaan seseorang di dalam suatu kelompok, sama halnya dengan *fashion* Mahasiswa Universitas Fajar dianggap mampu mencerminkan identitas sosialnya. Hal ini dapat di sajikan melalui wawancara yang telah dilakukan secara langsung dengan 5 orang informan mahasiswa Universitas Fajar.

- a. Informan Irsan (Laki-laki, 21 tahun), Fakultas Feis Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019: *fashion casual* yang dipilih irsan digunakan untuk mengkomunikasikan identitas sosial informan baik dilingkungan kampus dan lingkungan sekitar tempat tinggal informan. Karena, dari pernyataan informan dengan pilihan style yang informan kenakan mampu meningkatkan eksistensinya dalam

suatu kelompok, informan jadi lebih muda mendapatkan teman baru adapun respon dari teman dan orang yang melihatnya irisan mendapat pengakuan bahwa style yang informan gunakan itu lebih keren dari sebelumnya.

- b. Informan Alpolando Kappa (Laki-Laki, 20 tahun), Fakultas Feis Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019: informan menjadikan fashion sebagai identitas di lingkungannya, karena dengan memiliki fashion yang unik akan membuat informan lebih mudah untuk di kenali karena informan memiliki ciri khas dalam memadukan fashion yang digunakan.
- c. Informan Mutiara Mentari Putri (Perempuan, 20 tahun) Fakultas Teknik Prodi Teknik Sipil Angkatan 2018 menjawab saat menggunakan fashion yang dipilih akan menampilkan identitas sosialnya sebagai mahasiswa fakultas teknik dengan seragam hitam yang sudah menjadi ciri khas mahasiswa teknik di Universitas Fajar.
- d. Informan Fadil Hafiz (Laki-Laki, 21 tahun) Fakultas Teknik Prodi Teknik Mesin Angkatan 2018. Menurutnya, bahwa identitas sosial yang akan muncul ketika melihat informan menggunakan fashion yang dipilih saat ke kampus adalah informan berasal dari Fakultas Teknik karena ciri khas yang Fakultas Teknik yang sudah diketahui oleh kebanyakan orang hal tersebut tentunya akan membuat informan memiliki rasa bangga karena mampu dikenali asal fakultasnya hanya dengan fashion yang digunakan.
- e. Informan Nurhidayati (Perempuan, 22 tahun) Fakultas Feis Prodi D3 Akuntansi Angkatan 2018. Mengingat informan berasal dari prodi D3 yang mengenakan seragam berdasarkan aturan langsung dari prodi, secara tidak langsung identitas sosial yang muncul adalah informan akan lebih mudah untuk dikenali karena fashion seragam yang digunakan berbeda dari mahasiswa lain, selain itu akan menunjukkan keseragaman serta lebih rapih.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terkait identitas sosial yang muncul ketika mahasiswa Universitas Fajar memilih menggunakan *fashion* adalah persepsi lingkungan sekitar menganggap *fashion* yang digunakan mahasiswa semakin berkembang, *fashion* di anggap mampu membedakan antara satu kelompok dengan kelompok yang lain, *fashion* juga dianggap mampu melambangkan dengan jelas identitas sosial suatu organisasi melihat seragam yang digunakan fakultas teknik dengan baju hitamnya dan prodi D3 dengan seragam kantornya.

Sebagai makhluk yang terlahir sebagai makhluk sosial, manusia tidak akan terlepas dari aktivitas komunikasi. Komunikasi adalah suatu bentuk perilaku penyampaian perasaan, sikap maupun kehendak, secara langsung dan tidak langsung, dan baik itu secara sadar maupun dalam keadaan tidak sadar (Falimu, 2017).

Dalam komunikasi dari segi penyampaiannya terbagi atas dua yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Muhammad (Sulistiyana et al., 2020) mengemukakan bahwa Komunikasi verbal merupakan penggunaan simbol-simbol bahasa, yang berupa rangkaian kata atau kalimat yang membentuk sebuah arti. Komunikasi nonverbal adalah hal yang dengan sadar ataupun tidak sering kita lakukan untuk mempengaruhi ataupun memberikan informasi kepada lawan bicara tanpa harus mengucapkan kata-kata secara lisan (Sari, 2019). Proses komunikasi nonverbal yaitu meliputi ekspresi wajah, pandangan mata, gerakan tubuh, pakaian/*fashion*, suara dan lainnya.

Salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung yaitu melalui *fashion* atau pakaian yang digunakan. Hal ini terjawab melalui hasil penelitian yang diperoleh peneliti di lapangan bahwa Mahasiswa Universitas Fajar menggunakan fashion tidak hanya sebagai penutup badan, namun informan mengatakan bahwa fashion yang mereka kenakan adalah alat komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan yang tidak bisa utarakan secara langsung. Rahmawati (2020) mengemukakan bahwa *fashion* bukanlah suatu yang nyata, tetapi dapat kita ungkapkan secara nyata melalui pakaian (Rahmawati, 2020).

Dalam hal ini, pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan tentang diri kita. Bagi mahasiswa Universitas Fajar dalam hal memilih *fashion* yang akan di gunakan dilatar belakangi oleh motif yang berbeda-beda. Hal ini terjawab melalui hasil penelitian yang diperoleh peneliti di lapangan bahwa

Mahasiswa Universitas Fajar menggunakan fashion tidak hanya sebagai penutup badan, namun informan mengatakan bahwa fashion yang mereka kenakan adalah alat komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan yang tidak bisa utarakan secara langsung (Tyaswara et al., 2017).

Berdasarkan temuan peneliti di lapangan, saat ingin memilih *fashion* Mahasiswa Universitas Fajar cenderung memiliki motivasi tersendiri. Motivasi dapat diartikan sebagai salah satu kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mampu mendorong untuk melakukan sesuatu atau *driving force* (Oktiani, 2017). Motivasi dalam melakukan sesuatu mendapat dorongan baik dari dalam diri seseorang (*intrinsik*) maupun dorongan dari luar (*ekstrinsik*). Hasil temuan peneliti di lapangan membenarkan pernyataan tersebut, motivasi informan dalam memilih *fashion* mendapat dorongan dari luar seperti keluarga, teman, idola dan lingkungan sedangkan dorongan dari dalam diri informan karena keinginan pribadi tanpa paksaan dari pihak manapun.

Setelah itu, *fashion* yang pada akhirnya di pilih dianggap menjadi alat komunikasi yang digunakan untuk mencerminkan identitas sosial mereka. Identitas sosial adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan atas keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial tertentu, yang di dalamnya disertai dengan nilai-nilai, emosi, tingkat keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga terhadap keanggotaannya dalam kelompok tersebut (Solichah & Dewi, 2019).

Fenomena inilah yang kemudian akan menjadi kajian penelitian ini. Peneliti melihat bahwa fenomena mahasiswa Universitas Fajar memiliki motivasi yang berbeda pada saat memilih *fashion* yang akan di gunakan dilatar belakang oleh suatu hal dan memiliki alasan atau tujuan tertentu.

Oktiani (2017) mengemukakan bahwa motivasi, yang diartikan sebagai keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi seseorang dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Dalam penelitian penliti menanyakan motivasi yang melatar belakang Mahasiswa Universitas Fajar dalam memilih *fashion*.

Berdasarkan jawaban informan latar belakang yang mendorong informan untuk memilih *fashion* diantaranya adalah faktor internal dan eksternal. Faktor intrinstik berasal dari dalam diri mahasiswa itu sendiri tanpa didahului oleh pengalaman apapun seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan yaitu Irsan yang mengatakan bahwa “saya menggunakan *fashion* model *casual* karena kemauan ku sendiri sudah dari dulu karena merasakan sangat nyaman, *simple* dan santai dan menggunakan *fashion* model *casual*”.

Sedangkan faktor ekstrinstik dialami oleh informan Alpolando, informan Mentari, informan Fadil dan informan Nurhidayati. Lingkungan keluarga dan pergaulan memiliki pengaruh dalam proses pemilihan *fashion*. Informan Alpolando mengatakan bahwa motivasi dia memilih *fashion* dipengaruhi oleh keluarga yaitu ayahnya sendiri “kalau saya kace dari paceku ji kuliati jadi suka ka pake *fashion* retro (*preppy*) karena kuanggap itu *fashion* jadul masih keren ji dan murah juga biayanya kalau mau bergaya model retro”.

Informan Mentari dan Fadil memilih menggunakan *fashion* dipengaruhi oleh lingkungan kampus karena adanya aturan di organisasi. Informan inisial Mentari mengatakan “Kalau kita di Fakultas Teknik kak dari Maba kita disuruh berpakaian sederhana ji yang penting sopan apalagi perempuan kak kita ada dilingkungan mayoritas laki-laki jadi lebih dituntut ki untuk berpenampilan sederhana jadi terjagaki” sedangkan informan Fadil mengatakan bahwa “kalau saya toh itu aturan di Teknik memang nda ada tertulis dari mulut ke mulutji yang suruhki Senin dan Kamis pake baju kemeja warnah hitam dan di hari rabu itu baju batik. Kami dari teknik seragamkan pakaian biar kita bisa tau dan kenal anak Fakultas Teknik meskipun dari prodi lain dilihat dari model pakaiannya yang sudah ditetntukan sama organisasi”. Terakhir, informan Nurhidayati mengatakan bahwa “Kalau di D3 akutansi kak memang ada aturan dari prodi yang menghancurkan kita pake seragam kalau ke kampus ataupun mau masuk ke ruangan prodi”.

Robbins (Yazid & Ridwan, 2017) mengemukakan bahwa proses persepsi terbentuk dari beberapa faktor eksternal dan internal. Pertama, proses pemilihan meliputi faktor eksternal ukuran, kontras,

intensitas, gerakan, dan sesuatu yang baru. Berdasarkan temuan dilapangan, informan Alpolando mengatakan bahwa "dengan gaya ku yang retro dan beda daripada orang lain itu mi yang membuatka pilih *fashion* itu karena memang itu gayaku yang buatka percaya diri" dan informan Fadil mengatakan bahwa "gaya yang kontras atau biasa kusebut eksotis na buatka lebih percaya diri karena kayak keluar aura ku". Sedangkan faktor-faktor internal yang mempengaruhi terbentuknya persepsi yaitu faktor fisiologis, seseorang yang distimulus oleh apa yang terjadi di luar dirinya melalui penginderaan seperti mata, kulit, lidah, telinga, dan hidung tidak semua memiliki kekuatan penginderaan yang sama dan faktor psikologis, meliputi motivasi dan pengalaman belajar masa lalu. Informan Alpolando mengatakan bahwa "yang memotivasi saya untuk memilih sebuah *Fashion* karena dari orangtua ku, yah bapakku dari dia saya banyak belajar tentang *Fashion* retro seperti saya gunakan ini".

Kedua, proses pengorganisasian, dalam proses ini adanya pengelolaan stimulus atau informasi melibatkan proses kognisi, dimana individu memahami dan memaknai stimulus yang ada. Individu yang memiliki tingkat kognisi yang baik cenderung akan memiliki persepsi yang baik terhadap obyek yang dipersepsikan. Informan Fadil mengatakan bahwa "saya dari dulu suka sekali pergi ke *event-event* yang banyak tampil band *rock*, disituma liatki gayanya baru kufikir kayak nya cocok disaya terus pas saya coba ternyata cocok dan saya pakai mi sampai sekarang".

Ketiga, proses interpretasi, dalam proses interpretasi individu biasanya melihat konteks dari suatu obyek. Selain itu, interpretasi juga terjadi apa yang disebut dengan proses mengalami lingkungan, yaitu mengecek persepsi. Apakah orang lain juga melihat sama seperti yang dilihat individu melalui konsensus validitas dan perbandingan. Informan Irsan mengatakan bahwa "saya kace *fashion* casual yang kupake merasa percaya diri sekali ka kalau keren ka terus pernahka dibilangi sama teman-teman dekat rumahku kalau berkembang sekaliko sekarang tambah keren gayamu terus ada lagi kace pernah orang ajak ka bicara padahal nda kukenalki baru bertanya-tanya soal baju kupake baru kayak na anggap sama kelas sosialku baru dia pakaian na deh mahal-mahal kayak anak hypebeast padahal saya orang biasaja kace karena yang kupake rata-rata cakarji".

4. KESIMPULAN

Mahasiswa Universitas Fajar dalam pemilihan *fashion* mempunyai motivasi yang beragam. Keberagaman tersebut di latar belakang dengan alasan yang berbeda. Salah satu informan menyebutkan motivasi dalam memilih *fashion* karena ingin terlihat berbeda, unik dan menjadi bahan perhatian. Informan lain menyebutkan motivasinya dalam memilih *fashion* karena kenyamanan, terbiasa dan ingin terlihat sederhana.

Motivasi dalam pemilihan *fashion* juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang dimaksud adalah memilih *fashion* tersebut karena adanya keinginan dari dalam diri sendiri bukan karena orang lain, sedangkan faktor eksternal mendapatkan pengaruh dari lingkungan sekitar seperti orangtua, idola, teman sebaya dan aturan dan norma yang berlaku di kampus.

Fashion juga digunakan sebagai alat komunikasi, seperti jenis pakaian yang digunakan informan misalnya, celana kain yang memiliki arti kerapihan, baju kemeja hitam Fakultas Teknik dan seragam D3 akuntansi menunjukkan solidaritas dan keseragaman.

Fashion bagi Mahasiswa Universitas Fajar mampu menjadi alat komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu pada saat mengenakan busana. Dengan menggunakan *fashion* yang dipilih akan mencerminkan identitas sosial penggunanya. Informan dalam penelitian ini mengatakan bahwa dengan memakai pakaian yang berbeda dan unik membuat informan lebih mudah untuk dikenali. Sedangkan informan dari Fakultas Teknik dengan kemeja hitam dan Prodi D3 Akuntansi dengan seragam kantor akan lebih mudah menunjukkan eksistensi mereka dalam lingkungan kampus karena busana atau *fashion* yang dikenakan mencolok dan seragam.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Dewa, D., Jurnal, B., & Dewa Barata, D. (2010). Fashion Sebagai Strategi Simbolik Komunikasi Non-Verbal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *II*(1), 46.
- Falimu. (2017). Etika Komunikasi Pegawai Terhadap Pelayanan Penerbitan Pajak Bumi Dan Bangunan. *Jurnal Komunikator*, *9*(1), 9–16. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/download/2573/2679>
- Firdaus, G., Budiati, A. C., & Nurhadi, N. (2015). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FKIP UNS. *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*, *5*(2), 5–24.
- Hamzah, F. I., Agoha, C., & Silviani, A. (2019). Membangun Identitas Sosial dalam Organisasi Mahasiswa Pascasarjana. *Psycho Idea*, *17*(1), 32–41.
- Harlina, S., & Mustafa, M. S. (2018). Teknologi Informasi dalam Smart City di Makassar. *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, *3*(c), 812–817.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, *2*(1). <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/komdik/article/view/65>
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, *6*(2).
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016). Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*, *2*(2), 1.
- Lisdiantini, N., Subiyantoro, S., & Afandi, Y. (2019). Peranan Fashion dan Pakaian Sebagai Komunikasi Identitas Sosial. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, *3*(1).
- Mustikarani, T. D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Fashion Indonesia. *Warta ISKI*, *2*(01), 8–18. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i01.23>
- Oktialista, Y., & Erianjoni, E. (2019). Makna Stylish di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, *1*(1), 69–76. <https://doi.org/10.24036/culture/vol1-iss1/10>
- Oktiani, I. (2017). Kreativitas Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Kependidikan*, *5*(2), 216–232. <https://doi.org/10.24090/jk.v5i2.1939>
- Rahmawati, N. M. (2020). Fashion Sebagai Komunikasi: Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Fashion Agus Harimurti Yudhoyono (Ahy): Dalam Pemilihan Gubernur Jakarta. *KREDO : Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, *4*(1), 216–233. <https://doi.org/10.24176/kredo.v4i1.4903>
- Salim, & Syahrin. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Haidir (ed.); 5th ed.). Citapustaka Media.
- Sari, B. R. N. (2019). Peran Komunikasi Nonverbal dalam Perkembangan Budaya. *Hikmah*, *13*(1), 107–119.
- Simamora, A. A. N., & Fatira AK., M. (2019). Kemudahan Aplikasi dan Keragaman Produk dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja secara Online. *Jurnal Maneksi & Akuntansi Dan Politeknik Negeri Medan*, *8*(2), 213–222. <http://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/viewFile/395/252>
- Solichah, N., & Dewi, D. K. (2019). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion pada Mahasiswa. *Character: Jurnal Psikologi*, *6*(3), 1–8.
- Sulistiyana, S., Rachman, A., Makaria, E. C., & Alfiansyahrani, M. N. (2020). Kontribusi Komunikasi Verbal Dan Kontrol Sosial Terhadap Perilaku Bullying Verbal Siswa Sma Negeri 2 Banjarmasin. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, *6*(1), 1. <https://doi.org/10.31602/jbkr.v6i1.2958>
- Tyaswara, B., Rizkina Taufik, R., Suhadi, M., Danyati, R., & Bahasa Asing BSI Jakarta, A. (2017).

Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 3(September), 2579–3292.

Yazid, T. P., & Ridwan, R. (2017). Proses Persepsi Diri Mahasiswa dalam Berbusana Muslimah. *Jurnal An-Nida'*, 41(2), 193.