

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fashion dan manusia dua hal terpenting yang tidak dapat dipisahkan, dengan perkembangan zaman manusia semakin peduli dengan penampilan atau *fashion*. Secara umum *fashion* merupakan gaya berpakaian seseorang baik pada saat beraktivitas sehari-hari maupun saat menghadiri sebuah acara. *Fashion* atau busana saat ini menjadi bagian terpenting dari gaya, trend dan penampilan keseharian kita. *Fashion* dan busana yang dikenakan merupakan kebutuhan keseharian kita untuk melindungi tubuh dan memperindah tampilan tubuh. Pada umumnya *fashion* termasuk gaya penampilan seseorang yang mempersentasikan sebagai bentuk ekspresi diri seperti sifat, karakteristik, kepribadian, gaya dan keinginan berbeda yang ada pada setiap orang. Perkembangan dan perubahan mode busana atau *fashion* membuat semua orang mengikutinya.

Menurut Barnad, *fashion* merupakan sebutan yang hampir sama dengan kata latin, *factio*. *Factio* dalam bahasa latin artinya, “melakukan”. Maka *fashion* atau busana sangat berkaitan erat dengan kegiatan keseharian manusia. Pengertian busana memiliki hal kompleks yang berkaitan dengan, bentuk, jenis, prosedur, dan juga tindakan. Sebab *fashion* atau busana cara yang sangat signifikan dalam mengkonstruksikan dan memahami relasi sosial dikalangan manusia.

Polhemus dan Procter berpendapat, istilah *fashion* yang digunakan disebut dengan dandanan dan juga gaya busana dalam berpenampilan. Maka seiring

berkembangnya zaman *fashion* cenderung mengacu pada busana dan gaya, sehingga berfokus pada penampilan. Gaya hidup seorang individu dapat dinilai dengan cara berpenampilan atau cara berpakaian, sebab gaya hidup seorang individu menentukan dan memperlihatkan bagaimana status sosialnya dan apa pekerjaan individu tersebut. Bukan hanya gaya berpakaian saja yang menunjang *fashion*, namun gaya aksesoris, kosmetik dan gaya rambut sangat berperan penting untuk memperindah *fashion* manusia.

Fashion merupakan bentuk interaksi yang mengandung makna, ide-ide yang terdapat pada pengguna *fashion* sebagai bentuk komunikasi. Dalam berinteraksi manusia atau individu mampu mempengaruhi kepribadian individu lainnya termasuk cara berpakaian. Ketika berinteraksi, daya tarik tertuju pada *fashion* sebab *fashion* bentuk ekspresi individualistik.

Dapat ditinjau secara langsung, penggunaan *fashion* atau cara berpakaian bisa menentukan pola pikir, keinginan dan *valuenya* seorang individu¹. Dalam berpakaian yang rapi bisa meningkatkan rasa produktivitas seseorang. Sebab berpenampilan yang menarik dapat meningkatkan kualitas bahagia seseorang. Pengaruh gaya *fashion* yang dimiliki seseorang berdampak besar sehingga dapat mempengaruhi kepribadian dan bebas dalam mengungkapkan ekspresi.

Namun realita dilapangan berbusana atau gaya *fashion* berkaitan dengan selera dan pandangan, maka peneliti berpendapat bahwa bagaimana seorang individu berbusana atau bergaya *fashion* dalam menunjukkan atau menampilkan

¹ Jhonson Kim, Lennon J Sharon, Rudd Nancy. 2014. *Dress, body and self: Research in the Social Psychology of Dress*. Springer.

jati dirinya. Sebab setiap orang ketika berinteraksi yang akan dinilai atau diperhatikan adalah cara seorang individu berpakaian, bagaimana seorang individu memberi kesan tentang jati diri atau identitas dirinya kepada orang sekitarnya. Dapat kita lihat di zaman modren sekarang kita bisa menemukan ide *fashion* yang menarik, salah satunya bagi mahasiswa yang mengenakan *fashion* atau cara berpakaian memiliki keunikan sendiri bahkan memiliki ciri bergaya *fashion* menarik, dimulai dari merk, kualitas, perpaduan warna, dan lain sebagainya.

Dapat ditinjau secara langsung *fashion* mahasiswa dilihat dari segi kelas, ekonomi dan status sosialnya. Sehingga mahasiswa tidak sadar bahwa status *fashion* yang dikenakan memberikan problematika, dimana makna *fashion* memberikan pesan nilai-nilai, moral, etika dan kesopanan dalam berpakaian. Salah satu hal yang sangat penting bagi mahasiswa penampilan seperti apa yang nyaman saat berada dikampus, ada beberapa karakter mahasiswa dalam mengenakan *fashion* dimulai mahasiswa maba, dan kating (mahasiswa akhir). Banyak istilah bagi mahasiswa yang mengikuti trend style *fashion*, seperti istilah “cewek kue” yang mengenakan setelan fashion dengan perpaduan warna dengan mengenakan *heels* agar terlihat feminim, “cewek mamba” dengan berpakaian monokrom seperti setelan blazer hitam, celana jeans, kaos putih dan dipadukan dengan tas dan sepatu hitam. Dan “cewek bumi” yang terinspirasi mengikuti gaya setelan *fashion* korea yang terlihat simpel dan manis. Dan bahkan mahasiswa tingkat akhir tidak mepedulikan penampilan, mereka hanya mengenakan *outfit* sopan dan nyaman sebab yang terpenting bagi mereka mengurus skripsi, makan

ditempat langganan bahkan menjumpai dosen pembimbing. Ini merupakan salah satu gambaran gaya *fashion* mahasiswa akhir.

Dalam penelitian terdahulu keinginan mahasiswa untuk tampil dengan gaya *fashion* tersendiri yang menurut mereka apakah masih menaati peraturan kampus. Sebab saat ini, *fashion* dan busana yang dikenakan oleh mahasiswa menunjukkan nilai sosial dan status seseorang, maka perebutan makna menjadi hal yang utama dalam penilaian terhadap nilai dan status seseorang berdasarkan apa yang dikenakan².

Fashion merupakan etalase kecil seseorang terhadap penilaian orang lain, disisi lain juga *fashion* merupakan suatu bentuk mengeskpresikan diri seseorang. Salah satu hal yang dapat dinilai orang lain melalui *fashion* yang dikenakan dapat membentuk suatu identitas diri didepan umum. Identitas, merupakan hal yang penting di dalam suatu masyarakat yang memiliki banyak anggota. Identitas membuat suatu gambaran mengenai seseorang, melalui; penampilan fisik, ciri ras, warna kulit, bahasa yang digunakan, penilaian diri, dan faktor persepsi yang lain, yang semuanya digunakan dalam mengkonstruksi identitas budaya. Identitas meliputi segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri statusnya, nama, kepribadian, dan masa lalunya³. Seorang mahasiswa yang memiliki karakter menarik pada saat berinteraksi baik cara berpenampilannya yang mempengaruhi kepribadian mahasiswa lain atau lingkungan sekitarnya. Dalam lingkungan kampus merupakan salah satu faktor

² Syarafa Abdillah Dimas, Adhrianti Lisa, Sari Vuspa Eka. *Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu*. 2020. Kangaga. Vol 4. Hal 3.

³ <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/pembentukan-identitas-diri-remaja-menggunakan-media-sosial/> diakses pada tanggal 07/5/23. pada pukul 12.49.

sosial yang membentuk kepribadian seseorang, baik cara berperilaku atau bersikap, bahkan dapat mengembangkan pola pikir yang kritis. Kampus Universitas Budi Darma Medan merupakan perguruan tinggi swasta yang memiliki mahasiswa dari berbagai suku, agama, status sosial dan ekonomi. *Fashion* yang diminati mahasiswa sangat beragam model, mulai dari penggunaan busana muslimah seperti halnya cadar, hijab dengan perpaduan warna baju, penggunaan tas dan sepatu dan model *fashion* lainnya. Maka dapat kita tinjau, perbedaan lingkungan sangat menentukan kepribadian mahasiswa terlebih saat mengenakan *fashion*. Namun apakah penggunaan *fashion* yang dikenakan oleh mahasiswa menentukan suatu identitas diri.

Menariknya *fashion* dapat mempengaruhi seseorang yang tidak memiliki nilai dan status sosial dilingkungannya, apakah identitas diri dapat menentukan kepribadian seseorang ketika mengenakan suatu *fashion*? Bagi mahasiswa identitas diri sangat penting dalam mencapai suatu keinginan, memperluas relasi bahkan juga untuk diterima dilingkungan sekitarnya. Dalam penelitian ini cukup menarik untuk dibahas mengenai identitas diri seorang mahasiswa dalam mengenakan *fashion* saat berada dilingkungan kampus, maupun diluar kampus. Identitas diri Mahasiswa dipengaruhi oleh interaksi dan juga lingkungan sosialnya.

Fashion merupakan hal yang tidak dapat dilepas dari kehidupan manusia, karena *fashion* dapat mengkomunikasikan diri seseorang melalui apa yang dikenakan. Pentingnya penelitian ini dikaji, karena selama ini belum ditemukan bagaimana mahasiswa mengkomunikasikan dirinya melalui *fashion* sebagai

identitas diri dikampus, maka peneliti mengangkat judul skripsi, **“FASHION SEBAGAI IDENTITAS DIRI” (studi deskriptif tentang fashion sebagai identitas dalam mengkomunikasikan diri dikalangan Mahasiswa Universitas Budi Darma Medan)**. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengetahui dengan jelas mengenai cara mahasiswa mengkomunikasikan dan mengaplikasikan *fashion* yang dikenakan sebagai identitas diri.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk melihat konteks *fashion* sebagai suatu bentuk komunikasi yang berkaitan dengan identitas diri, yaitu bagaimana konsep *fashion* Mahasiswa Universitas Budi Darma dalam mengkomunikasikan identitas diri?.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian yang dipaparkan, tujuan penelitian adalah:

- a. Untuk mengetahui konsep *fashion* bagi Mahasiswa
- b. Untuk mengetahui pemahaman Mahasiswa tentang *fashion* sebagai identitas diri
- c. Untuk mengetahui *fashion* sebagai alat dalam mengkomunikasikan identitas diri Mahasiswa.

1.4 Pertanyaan Penelitian

- a. Bagaimana konsep *fashion* sebagai identitas diri dikalangan Mahasiswa

- b. Apa hal-hal yang diketahui oleh Mahasiswa dalam memahami *fashion* sebagai identitas diri?
- c. Bagaimana Mahasiswa berinteraksi dalam mengkomunikasikan identitas diri?

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Secara teoretis, *fashion* sebagai identitas diri sangat terkait dengan status sosial, saat status sosial berubah maka akan terjadi perubahan pada identitasnya.
- b. Secara praktis, *fashion* merupakan suatu cara untuk mengkomunikasikan identitas setiap individu melalui cara pandang mereka masing-masing.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Teori Interaksi Simbolik

Pada dasarnya kita tidak bisa terlepas dari komunikasi, ketika kita berinteraksi dengan sesama, terdapat proses komunikasi yang berlangsung melalui pertukaran simbol yang dimaknai oleh lawan bicara. George Herbert Mead menyebutnya sebagai teori interaksi simbolik. Mead berpendapat, tindakan manusia didasarkan pada makna simbol dalam situasi tertentu. Menurut pandangan Mead adalah bahwa simbol-simbol yang kita berikan dalam komunikasi dapat mempengaruhi oleh orang lain dan menimbulkan tindakannya sendiri untuk berperilaku menurut pengamatan yang diberikan kepada kita oleh orang lain. Pada dasarnya pertukaran simbol-simbol ini kita mampu menciptakan

tindakan dan perilaku tertentu dengan menyeimbangkan ekspektasi orang lain atau lawan bicara kita.

Sejarah Singkat Teori Interaksi Simbolik Dikembangkan oleh George Herbert Mead (1863-1931). Teori interaksi simbolik lahir di dua universitas, yakni University of Iowa dan University of Chicago. Dari Universitas Iowa, pencipta yang mempresentasikan ide dan teori asli interaksi simbolik berkontribusi pada pengembangan teori ini Manford Kuhn dan murid-muridnya. Salah satu asumsi dari teori interaksi simbolik yang dikembangkan University Iowa berfokus pada perspektif baru tentang pemahaman diri (konsep diri). Namun pendapat ini banyak kritikan bahkan asumsi tersebut tidak biasa, sehingga teori interaksi simbolik dikembangkan lagi di University Of Chicago. Teori ini dikembangkan pada teori sosial yang menekankan pada komunikasi dan interaksi sosial yang menjadi bagian dasar kehidupan bersosial. Kemudian, dikembangkan oleh muridnya yang bernama Herbert Blumer dengan judul buku "*Mind, Self dan Society*". Teori interaksi simbolik cabang dari interaksi sosial yang terdapat simbol-simbol yang dinilai atau dimaknai oleh seseorang. Maka dapat diperjelas seseorang bukan hanya dimaknai sebagai objek, namun benda mati dan sebuah kejadian yang ada pada diri dipandang sebagai subjek.

Arti dari simbol-simbol yang terdapat pada interaksi simbolik yaitu simbol verbal dan non-verbal. Bahasa merupakan salah satu simbol dasar dalam komunikasi verbal, dengan bahasa yang dipahami akan memberikan pesan ketika berkomunikasi, maka terdapat makna-makna yang terkandung didalamnya. Bahasa juga memudahkan seseorang untuk saling memahami, merasakan dan

memikirkan orang lain dan juga diri sendiri. Secara non-verbal teori interaksi simbolik berupa perilaku non-verbal misal bahasa tubuh, atribut dan gaya berbusana seseorang.

Dalam kajian teori ini membahas ide atau gagasan tentang diri dan hubungan dengan masyarakat. LaRossa dan Retzes (seperti dikutip dalam West & Turner, 2008) menyatakan bahwa teori interaksi simbolik menekankan pada tiga tema besar, yaitu :

- a. Pentingnya suatu makna bagi perilaku manusia
- b. Pentingnya konsep mengenai diri sendiri
- c. Hubungan seorang individu dengan masyarakat

Tema pertama dari teori interaksi simbolik menekankan prinsip bahwa setiap individu menciptakan makna berdasarkan proses komunikasi lain. Dalam konteks ini, makna tidak dapat terbentuk dengan sendirinya. tetapi membutuhkan konstruksi yang ditafsirkan orang lain seperti itu untuk menciptakan makna, yang kemudian disepakati bersama.

Tema ini sesuai dengan asumsi teori interaksi simbolik yang dikemukakan oleh Blumer dalam karyanya :

- a. Manusia bertindak sesuai dengan makna yang diberikan orang lain.

Secara sadar perilaku atau tindakan seseorang di pengaruhi oleh hubungan stimulus dan respon tergantung seseorang saat berkomunikasi.

- b. Interaksi sesama manusia menciptakan makna

Makna terbentuk saat dalam proses komunikasi saling menafsirkan secara bersamaan. Menurut pendapat Blumer pokok makna terdapat tiga penjelasan pertama makna merupakan suatu hal yang sangat penting, kedua menegaskan bahwa makna seseorang ditimbulkan oleh orang lain yang menafsirkannya secara bersamaan. Ketiga makna merupakan hasil penafsiran interaksi seseorang.

c. Makna akan dimodifikasi melalui proses interpretatif

Blumer menjelaskan ada dua tahap dalam proses interpretatif. Tahap pertama seorang individu menetapkan atau menyampaikan sesuatu yang memiliki makna. Kedua, seorang individu mengkonfirmasi, menentukan dan memvalidasi makna sesuai dengan situasi.

Konsep penting dalam teori interaksi simbolik yang dibahas Mead yaitu, *Mind* (pikiran), *Self* (diri), *Society* (masyarakat). Ketiga konsep tersebut saling berkaitan dan membentuk suatu konsep diri. Konsep penting dalam teori ini menjelaskan konsep pikiran, diri dan masyarakat sebagai berikut:

- a. *Mind* (pikiran). Pikiran merupakan suatu sistem yang ada dalam penunjukkan diri (*self-indication*), yang digunakan untuk menyampaikan makna diri sendiri dan terhadap orang lain. Pikiran diartikan sebagai keahlian seorang individu dalam menerapkan simbol yang dimaknai dalam kehidupan sosial. Mead menambahkan seorang individu mampu mengembangkan pikirannya melalui proses komunikasi dengan orang lain.

- b. *Self* (diri). Teori interaksi merupakan bagian dalam proses pengembangan diri individu ketika berinteraksi. Dalam membentuk suatu diri terdapat proses penilaian dan perspektif orang lain terhadap diri sendiri, komponen tersebut meliputi segala sesuatu yang dimiliki seperti sifat, latar belakang dan perasaan terhadap dirinya dengan memiliki rasa malu atau kebanggaannya, keyakinan, penolakan serta kelebihan dan kekurangan diri. Sehingga dengan memiliki kemampuan tersebut dapat dipandang dan dinilai orang lain juga memudahkan dirinya diterima dikelompok sosial.
- c. *Society* (masyarakat). Mead juga mendefinisikan masyarakat sebagai hubungan sosial yang dibentuk oleh manusia. Dengan aspek sosial yang meliputi masyarakat berbudaya, agama, ras, suku, dan adat istiadat yang berkembang. Masyarakat merupakan faktor besar yang mampu mempengaruhi pembentukan pikiran dan diri seorang individu. Dengan demikian masyarakat memberikan pandangan terhadap individu untuk mampu mengendalikan diri sendiri melalui kritik dan saran yang disampaikan.

1.6.2 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan acuan atau alur dalam proses penelitian untuk memecahkan suatu masalah berdasarkan teori yang digunakan. Seperti yang dijelaskan dalam latar belakang, dalam garis besar penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *fashion* sebagai identitas diri mahasiswa, teori yang digunakan interaksi simbolik.

Pandangan George Herbert Mead, terhadap teori interaksi simbolik yaitu menemukan konsep diri. Orang-orang saling bertukar simbol ketika berkomunikasi dan secara bersamaan terjadi proses pemaknaan diantara masing-masing individu dalam memahami dan mengartikan simbol-simbol yang disampaikan oleh orang lain.

Teori interaksi simbolik, konsep diri individu terbentuk melalui proses interaksi dengan lingkungan sosialnya. Ketika berkomunikasi, simbol yang digunakan dapat mengubah menjadi makna baik bagi diri sendiri maupun orang lain dan sehingga menyesuaikan dirinya dengan sudut pandang orang lain. Maka, konsep diri dipengaruhi oleh penilaian orang lain terhadap dirinya saat berinteraksi. Simbol dalam penelitian ini adalah *fashion* atau pakaian yang digunakan oleh mahasiswa dalam lingkungan kampus. *Fashion* merupakan hal yang pertama kali dipandang saat berinteraksi. Oleh karena itu, *fashion* mengandung simbol mengenai bagaimana individu menghargai dirinya sendiri dan menunjukkan siapa dirinya kepada orang lain.

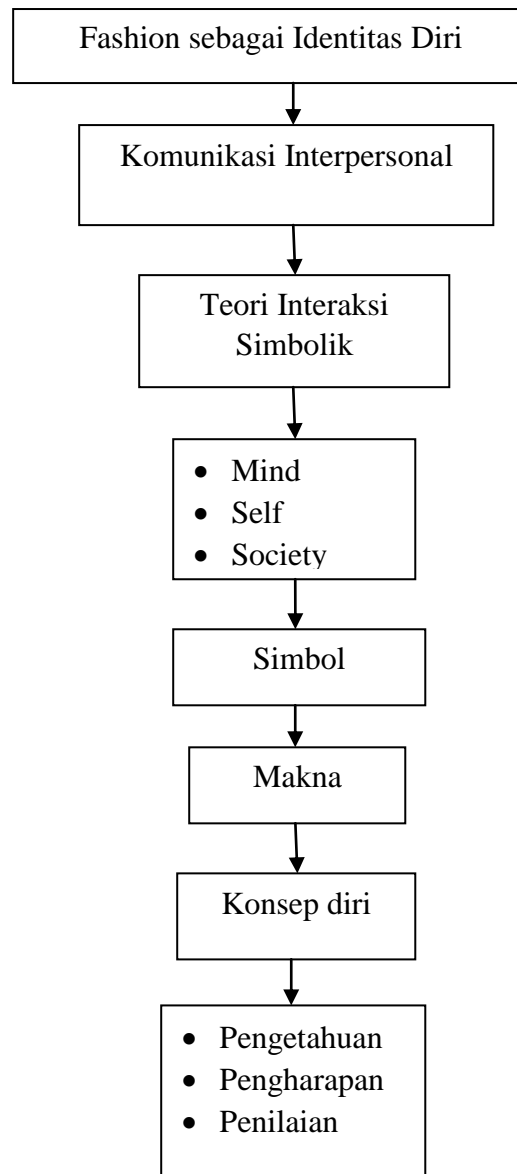
Busana yang dikenakan seorang individu terutama modelnya, jelas mengkomunikasikan sesuatu hal (Mulyana, 2013)⁴. Setiap seorang mahasiswa memiliki perbedaan dalam menggunakan *fashion* dengan dipadukan riasan wajah serta pemakaian sepatu dan tas pasti memiliki konsep diri yang berbeda. Dengan penggunaan *fashion* tersebut mahasiswa mampu mencerminkan makna mengenai konsep dirinya. Mahasiswa mampu menyesuaikan diri dilingkungan kampus agar dipandang orang lain sehingga diterima dalam kelompok sosial serta mendapat

⁴Mulyana, Deddy. (2013). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.

umpan balik yang positif dari orang lain. Penggunaan *fashion* bagi mahasiswa apakah menunjukkan identitas dirinya dan bagaimana mahasiswa menampilkan identitas dirinya melalui *fashion*. Pemaknaan *fashion* sebagai identitas tidak terbentuk begitu saja, hal ini terus berkembang melalui proses interaksi.

Dengan demikian, perspektif makna yang ditentukan oleh tiap mahasiswa terhadap *fashion* sebagai identitas dapat mempengaruhi konsep diri penggunanya. Dan konsep diri yang dimaksud tindakan dan alasan tertentu bagi mahasiswa berperilaku demikian.

Dengan pemaparan yang dijelaskan, peneliti menggunakan teori interaksi simbolik untuk memahami konsep diri pada penggunaan *fashion* sebagai identitas diri, sebab teori ini merujuk pada pembentukan konsep diri mahasiswa serta mengetahui pandangan mengenai dirinya dan orang lain memandang terhadap dirinya melalui interaksi. Dan terbentuknya konsep diri mahasiswa sehingga mempengaruhi tindakan, pola pikir dan cara berkomunikasi dengan orang lain.



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Berpikir

1.7 Literatur Review

No	Nama, Tahun, Judul dan Jurnal	Teori	Metode Penelitian	Hasil Pembahasan	Persamaan	perbedaan
1	Sri Budi Lestari. 2014. <i>Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial dikalangan Mahasiswa</i> . Pengembangan Humaniora. Vol 14. No 3.	Identitas sosial	Deskriptif kualitatif	menunjukkan bahwa busana bagi mahasiswa lebih dipandang sebagai suatu cara untuk mengomunikasikan identitas mereka sebagai mahasiswa, untuk menampilkan siapa mereka. Identitas ini juga diikuti oleh kepatuhan akan adanya regulasi aturan “moral” kolektif sebagai masyarakat “ilmiah”, yang kemudian membawa kriteria tentang kerapian sebagai identitas intelektual.	Fashion sebagai identitas sosial sangat terkait dengan status sosial seseorang, disaat status sosial seseorang berubah, maka akan terjadi perubahan pada identitasnya.	Fashion mengacu pada suatu penampilan yang menunjukkan identitas seseorang, dan bukan sekedar kebutuhan. Jika mengacu pada kebutuhan untuk ditampilkan kepada orang lain. Sedangkan jika penampilan dikomunikasikan secara rutin, maka akan terbentuk identitasnya.
2	Ghani Firdaus, Atik Catur Budiati dan Nurhadi, 2017, Fashion sebagai identitas sosial Mahasiswa FKIP UNS	Identitas sosial	Fenomenologi, pendekatan kualitatif	a. Mahasiswa kurang bangga dengan seragam FKIP b. Mahasiswa FKIP ingin dianggap sama dengan mahasiswa fakultas lain dalam hal fashion	Menggunakan fashion agar merasa lebih percaya diri. Mahasiswa FKIP berusaha	Seragam tidak lain sebuah upaya rekategorisasi, penyeragaman yang

				c. Mahasiswa sangat menyukai fashion	mengkategorisasikan dirinya kedalam identitas sosial mahasiswa secara umum dalam hal fashion.	mengarah pada pembentukan identitas sosial mahasiswa FKIP.
3	Cut Adetya, 2020, Fashion sebagai media komunikasi artifaktual dalam pembentukan identitas sosial islam (studi pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)	Komunikasi artifaktual dan identitas sosial	Deskriptif kualitatif, penelitian lapangan (field research)	Fashion sebagai media komunikasi artifaktual dalam pembentukan identitas sosial yang memperoleh rasa percaya diri untuk menunjukkan eksistensi dirinya sebagai bagian aktualisasi dari identitas sosial.	Memilih kesamaan objek penelitian yaitu fungsi fashion	Fashion sebagai ekspresi diri.
4	Tri Yulia Trisnawati, 2011, Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi,	Sistem Semiotik, komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal	Deskriptif kualitatif	Fashion dalam realitas sosial yang ada saat ini, bukan saja dipergunakan karena nilai gunanya. Akan tetapi fashion lebih dipandang karena nilai-nilai tanda yang terkandung didalamnya. Orang memakai fashion untuk mengungkapkan maksud dan tujuan tertentu serta untuk menyampaikan pesan secara non-verbal.	Dengan busana yang dikenakan, perempuan berusaha untuk selalu menunjukkan identitas jati dirinya. Sehingga busana menjadi petunjuk yang mengarahkan pada nilai-nilai tersebut.	Nilai aktualisasi diri merupakan salah satu bagian yang penting untuk ditunjukkan. Karena dengan itu seseorang akan memperoleh rasa percaya diri yang amat berharga ketika menunjukkan eksistensi dirinya

						dimasyarakat. Membuktikan bahwa ia ada dan eksis.
5	Sinung Utami Hasri Habsari, 2015, Fashion Hijab dalam Kajian Budaya Populer,	Semiotika dan budaya	Deskriptif kualitatif	Pakaian, jika ditinjau dari bentuk komunikasinya merupakan bentuk non-verbal yang bisa memberi makna bagi pemakainya. Mulai dari makna afiliasi politik. Selera berpakaian merupakan bagian dari gaya hidup seseorang yang bisa membentuk citra dan identitas pemakainya.	Fashion atau penampilan bagi seseorang perempuan memang memegang peranan penting. Hal ini berkaitan dengan kepuasan, kepercayaan diri didepan publik serta cermin kepribadian seseorang.	Busana muslim sekarang menjadi komoditi yang dibeli, dijual dan dipakai diseluruh Indonesia. Busana bisa dianggap sebagai unsur kebudayaan populer
6	Dimas Abdillah Syarafah, Lisa Adhrianti dan Eka Vuspa Sari, 2020, Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu,	Teori identitas sosial	Penelitian kualitatif	Kategorisasi diri, mahasiswa dengan membandingkan gaya berpakaian dengan individu dengan berpakaian mahasiswa lain untuk mendapatkan penilaian positif dari mahasiswa lain. Sehingga dalam hal gaya berpakaian	Fashion menjadi gambaran dari diri sendiri dan status sosial terlihat dari gaya berpakaian. Dan status sosial merupakan bagian dari identitas sosial yang menjadi penentu bagaimana keberadaan mereka sebagai mahasiswa yang bisa dikenal oleh mahasiswa lain.	Proses kategorisasi diri dan perbandingan sosial menjadi aspek yang dapat menggambarkan bagaimana informan mengkategorisasikan dirinya dalam kelompok mahasiswa yang mempunyai gaya berpakaian yang

						mereka inginkan dan membandingkan agar bisa mendapatkan hal yang positif tentang dirinya saat memilih gaya berpakaian tersebut.
7	Karina Zain, 2020, Gaya Hidup dan Cerminan Diri dalam Food, Fun dan Fashion dikalangan Mahasiswa Sriwijaya,	Gaya hidup dan cermin diri	Kualitatif yang bersifat deskriptif	Gaya hidup food, fun dan fashion pada mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang menunjukkan variasi berbeda yang ditentukan dari perbedaan latar belakang sosial dan ekonomi yang terbagi menjadi kelas bawah, kelas menengah dan kelas atas. Gaya hidup yang dilakukan menimbulkan identitas diri yang dianggap setara dalam lingkungan pertemanan dan dimaknai sebagai sarana untuk menambah pertemanan, sarana membangun interaksi dengan kelompok sebaya, dan sebagai sarana untuk menjadi lebih modern tentang hal baru.	Penggunaan pakaian atau outfit tertentu untuk meningkatkan kepercayaan diri, menunjukkan status sosial yang dimiliki dan juga ingin diakui oleh lingkungan sosialnya.	Pada mahasiswa Universitas Sriwijaya, kampus Palembang menunjukkan variasi yang berbeda yang ditentukan dari perbedaan latar belakang sosial dan ekonomi yang terbagi menjadi kelas bawah (lower class), kelas menengah (middle class), dan kelas atas (upper class).

BAB II

KAJIAN TEORETIS

2.2 Komunikasi

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang tidak bisa lepas dari komunikasi. Komunikasi merupakan aspek penting bagi manusia untuk menjalankan segala aktivitasnya dan sebagai landasan untuk terjun dalam kehidupan masyarakat. Jika tanpa komunikasi manusia tidak dapat menyadari siapa dirinya dan orang lain. Maka dari itu, komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia dalam berinteraksi sosial.

Menurut Mulyana (2013) menyatakan, pengertian komunikasi dalam bahasa latin “*communcatio*” yang beristilah “*communis*” yang berarti menciptakan kebersamaan antara dua orang atau lebih, Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan keseharian manusia, mempelajari komunikasi mempermudah melakukan kegiatan dan mencapai tujuan yang dicapai. Menurut *Webster New Collogiate Dictionary*, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.

Tubbs dan Moss (Seperti dikutip dalam Mulyana, 2013), mengatakan komunikasi adalah sebuah proses dalam menciptakan makna yang dilakukan

oleh dua orang atau lebih. Sementara itu Everett M. Rogers (Seperti dikutip dalam Mulyana, 2013), berpendapat komunikasi merupakan proses pengalihan ide dan gagasan dari pengirim kepada penerima, serta harapan terdapat perubahan. Pengertian ini menunjukkan komunikasi dapat berpengaruh melalui perubahan tingkah laku individu. Dengan demikian sumber atau pengirim pesan yakin jika pesan yang disampaikan benar-benar diterima baik oleh si penerima pesan agar komunikasi berjalan dengan efektif. Pada proses komunikasi, terdapat dua unsur yang harus diketahui yaitu, komunikator dan komunikan. Komunikator adalah orang yang membuat pesan berupa ide dan gagasan yang disampaikan kepada komunikan atau yang penerima pesan.

Menurut teori Harold Laswell, terdapat beberapa komponen dalam komunikasi yaitu, komunikator, pesan, komunikan, media/saluran, pengaruh atau efek yang diterima. Efek komunikasi berupa efek psikologi yang terdiri atas tiga hal:

- a. Pengaruh kongnitif, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu
- b. Pengaruh afektif, ketika pesan diterima ada perubahan sikap dan perasaan
- c. Pengaruh konatif, saat komunikator menyampaikan pesan, komunikan menerima pesan dan menimbulkan tindakan untuk melakukan sesuatu.

Kelima unsur tersebut ditambah dengan unsur-unsur lain yaitu, umpan balik (*feed back*), gangguan komunikasi (*noise*), dan konteks atau situasi komunikasi (Riswandi, 2009:4).

Terdapat dua faktor pendukung efektifnya proses komunikasi, yaitu terdapat kesamaan *frame of reference* (kerangka acuan) dan *field of experience* (kerangka pengalaman) diantara pihak yang berinteraksi. *Frame of reference* merupakan kesamaan latar belakang yang berkaitan dengan budaya, agama, dan pendidikan. Sedangkan *field of experience* berhubungan dengan pengalaman apa yang pernah terjadi pada diri individu. Kedua faktor tersebut sangat penting untuk menghasilkan komunikasi yang efektif. Jika tidak ada kesamaan diantara keduanya maka tidak ada perubahan perilaku dan feedback yang sesuai dengan keinginan dan harapan pengirim pesan.

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki fungsi dan tujuan, menurut M. Scheidel (dalam Mulyana, 2007:4) mengemukakan bahwa komunikasi sangat berperan penting dalam mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang sekitar, serta mempengaruhi orang lain dengan berpikir dan bertindak seperti yang diinginkan. Komunikasi juga bertujuan untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri memuaskan rasa penasaran terhadap lingkungan sekitar, menikmati hidup dan menciptakan hubungan yang erat dengan orang lain.

Dalam buku Mulyana (2007) terdapat fungsi komunikasi yang dapat dijelaskan:

- a. Komunikasi sosial, proses interaksi sosial sangat penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, dan keberlangsungan hidup untuk

mendapatkan kebahagiaan, menghindari perikaaian, tekanan dan ketegangan.

- b. Komunikasi ekspresif, komunikasi ini tidak hanya mempengaruhi namun dapat menyampaikan pesan melalui perasaan atau emosi. Sehingga perasaan tersebut dikomunikasikan melalui komunikasi nonverbal.
- c. Komunikasi ritual, dilakukan secara kolektif yang ditegaskan melalui tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi dan agama.
- d. Komunikasi instrumental, memiliki tujuan umum yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan menghibur.

2.2.1.3 Proses Komunikasi

Menurut Wilbur Schramm (seperti dikutip dalam Effendy, 2009), menjelaskan proses komunikasi yang berlangsung melalui dua tahap, yaitu:

- a. Proses komunikasi primer, proses menyampaikan pesan, gagasan dan perasaan komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media (*channel*). Lambang yang dimaksud berupa bahasa yang digunakan manusia dalam berkomunikasi atau kial (*gesture*) bahasa tubuh, isyarat, warna dan sebagainya. Dalam aktivitas sehari-hari bahasa disebut dengan komunikasi verbal atau komunikasi secara langsung melalui lisan.
- b. Proses komunikasi sekunder, proses menyampaikan pesan, gagasan atau ide komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana

media. Proses komunikasi ini digunakan saat komunikasi sulit dijangkau atau banyaknya komunikasi, sehingga digunakan media atau saluran seperti surat kabar, televisi, radio, majalah dan sebagainya.

2.2.2 Komunikasi Interpersonal

2.2.2.1 Definisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal dikenal dengan komunikasi antarpribadi. Keduanya memiliki kesamaan makna dan arti yaitu komunikasi yang dilakukan dua orang maupun lebih baik digunakan secara langsung (*face to face*) atau menggunakan media. Dalam proses ini banyak para ahli berdebat dalam mengartikan komunikasi interpersonal. Menurut Bochner (Liliweri, 2017) komunikasi antarpersonal ditegaskan dalam buku tersebut, para ahli telah sepakat komponen yang terdapat dalam komunikasi antarpersonal yaitu, “setidaknya melibatkan dua orang komunikator, yang secara sengaja berorientasi satu sama lain, baik sebagai pengirim maupun penerima, yang tindakannya dapat memanasikan sudut pandang masing – masing untuk diri sendiri ataupun orang lain”⁵.

Definisi komunikasi interpersonal menurut Joseph A.Devito (1989) dalam bukunya *Interpersonal Communication (Komunikasi Interpersonal)*, diartikan sebagai berikut:

⁵ Liliweri, Alo. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana.

- a. Komunikasi interpersonal, adalah suatu proses yang dilakukan dalam menerima dan mengirim pesan yang dilakukan dua orang atau lebih, sehingga menimbulkan efek dan umpan balik secara langsung.
- b. Komunikasi bersifat menghubungkan (*connected*) satu dengan yang lainnya dan berpengaruh secara luas dalam kehidupan manusia. Maksudnya adalah komunikasi interpersonal berlangsung karena interaksi antarpribadi yang dapat mengubah individu lain dengan berbagai cara.
- c. Komunikasi interpersonal adalah serangkaian interaksi verbal dan nonverbal yang saling berkaitan. Komunikasi yang dilakukan dengan memiliki hubungan erat sehingga dapat memungkinkan besar kaitannya dalam mempengaruhi (Liliweri, 2017).

Dengan demikian, definisi komunikasi interpersonal secara umum dilakukan untuk membangun hubungan antara pengirim dan penerima pesan. Menurut Yasir (2020), dalam proses ini perkembangan komunikasi interpersonal merupakan sifat impersonal, kemudian berkembang kearah interpersonal. Komunikasi interpersonal bukan hanya aktif dalam mengirim dan menerima pesan, namun dapat memberikan umpan balik sehingga keduanya dapat memberi tanggapan.

2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Setiap manusia memiliki tujuan yang berbeda-beda saat berinteraksi. Menurut Yasir (2020), tujuan-tujuan dalam komunikasi interpersonal daapt

dilakukan dengan dasar kesadaran tertentu dan dapat juga sebaliknya seperti berikut ini:

- a. Mengetahui diri sendiri dan orang lain, dalam komunikasi interpersonal dapat memberikan pemahaman terkait dengan diri sendiri berdasarkan pandangan orang lain. Selain itu juga, komunikasi interpersonal dapat melihat, memahami serta mengetahui sikap dan tindakan orang lain terhadap diri sendiri.
- b. Mengetahui dunia luar, komunikasi interpersonal membantu manusia untuk mengetahui informasi dari luar. Namun media massa ikut serta dalam menyampaikan informasi tetapi pada dasarnya nilai, sikap, keyakinan perilaku manusia secara umum dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal dibanding dengan media massa.
- c. Menciptakan dan memelihara hubungan yang bermakna, manusia sebagai makhluk sosial dalam beraktivitas akan selalu berusaha menciptakan dan memelihara hubungan yang bermakna kepada orang lain. Hal ini dilakukan agar manusia tidak saling terasing dan ini memerlukan rasa cinta dari orang lain.
- d. Mengubah sikap dan perilaku, ketika berinteraksi manusia mampu berusaha mempengaruhi orang lain. Seperti halnya mencoba hal yang baru, mempercayai suatu yang benar atau salah.
- e. Bermain dan mencari hiburan, dengan komunikasi interpersonal individu dapat memperoleh kesenangan memberukan suasana tenang dalam menjalani keseharian.

- f. Membantu, Sebagian profesi seperti psikolog, dan psikiater bertanggung jawab untuk menolong pasiennya melalui komunikasi interpersonal. Tidak hanya itu, kita sebagai manusia pun kerap kali menolong orang lain dengan cara memberikan saran dan nasihat kepada orang lain saat merasakan kesulitan (Yasir, 2020).

2.2.2.3 Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu komunikasi Teori dan Praktek, mengategorikan komunikasi interpersonal dalam dua jenis berdasarkan sifatnya, sebagai berikut:

- a. Komunikasi Diadik (Diadic Communication), jenis komunikasi ini bersifat intens yang melibatkan dua orang yaitu, komunikator dan komunikan.
- b. Komunikasi Triadik (Triadic Communication), dalam komunikasi ini dilakukan dengan tiga orang yaitu, satu komunikator dan dua komunikan, jenis komunikasi ini kurang efektif dari komunikasi diadik dikarenakan komunikator memberi perhatian sepenuhnya kepada komunikan sehingga mendominasi frame of reference komunikan dan feed back yang diberikan (Effendy, 2003)⁶.

⁶ Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset .

2.2.3 Konsep Diri

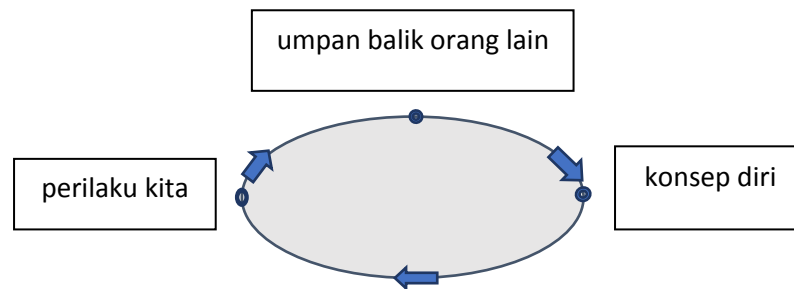
2.2.3.1 Definisi Konsep Diri

Dalam penelitian psikologi, konsep diri sebagai konstruksi menjelaskan tentang dirinya tergantung bagaimana individu memaknainya tindakan dan keberadaannya sendiri. Jalaludin (2012), menjelaskan dalam bukunya psikologi komunikasi bahwa konsep diri merupakan gambaran, pandangan, perasaan serta penilaian individu terhadap dirinya secara psikologis, sifat dan fisik.

Mulyana (2013), berpendapat memahami konsep diri dari segi komunikasi yang ditafsirkan sebagai pandangan seorang individu terhadap identitas dirinya yang berdasarkan pada proses pertukaran pesan dan informasi melalui komunikasi dengan orang lain. Dengan demikian dapat diperjelas bahwa seorang individu dapat memahami siapa dirinya, bagaimana penampilan dirinya, tindakan dan tingkah lakunya ketika berinteraksi baik secara verbal maupun nonverbal terhadap tanggapan orang lain tentang dirinya. Maka dengan pesan-pesan tersebut individu dapat mengembangkan konsep dirinya. Konsep diri seseorang tidak terbentuk didasarkan pada faktor genetik tetapi tumbuh dan berkembang namun berdasarkan pengalaman individu sepanjang hidup dan perbedaan (Agustiani, 2006)⁷. Dalam proses ini pemahaman diri terbentuk secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

⁷ Agustiani, Hendriati. (2006). Psikologi Perkembangan. Bandung: PT Refika Aditama.

Gambar 2.1 Proses pembentukan konsep diri



Dimensi – dimensi konsep diri seperti penampilan fisik, latar belakang pendidikan, agama, ras, pengalaman dan sebagainya kita tanamkan dan diyakini sebagai konsep diri kita melalui pernyataan umpan balik dari orang lain yang beranggapan bahwa dimensi-dimensi tersebut sesuai dengan diri kita. Sehingga pada akhirnya kita mengkonstruksi perilaku dan konsep diri kita sesuai dengan keinginan orang lain memandang kita (Mulyana, 2013).

George Herbert Mead (Mulyana, 2013), menganggap bahwa konsep diri yang ada pada individu hasil dari pengalaman interaksi dirinya dengan orang lain dan masyarakat. Menurut Charles Horton Cooley (Jalaluddin, 2012), mengatakan konsep diri dapat disebut dengan *looking glass self* yang dimaksud memosisikan diri kita sebagai orang lain mengenai bagaimana mereka memandang dan memahami secara persepsi diri kita.

Maka dari itu, peran orang lain bagi diri individu sangat berguna untuk membentuk konsep diri dan sesuai dengan pandangan orang lain. Meskipun realitanya pandangan yang disampaikan oleh orang lain tidak dengan diri kita yang sebenarnya. Sebab karena kita berusaha memperlihatkan sebaik mungkin diri kita di pandangan orang lain namun, orang lain memandang kita tampak ideal.

Alhasil, bagian konsep diri yang ditampilkan individu kepada orang lain dipandang sebagai dirinya yang sebenarnya.

2.2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi proses pembentukan konsep diri. Salah satu faktor terdekat yang mempengaruhi konsep diri adalah keluarga, terutama orang tua. Keluarga adalah bagian utama dalam menanamkan konsep diri, tentang siapakah kita, bagaimana diri kita, apakah kita bodoh atau pintar dan sebagainya. Hal itu terus diulang dengan proses komunikasi yang terjadi setiap saat. Menurut Rakhmat Jalaludin terdapat dua faktor yang mempengaruhi konsep diri sebagai berikut:

- a. Orang lain (*Significant Other*). Konsep diri terbentuk disebabkan penilaian orang lain. George Herbert Mead (1934), mengatakan *significant other* hubungan dengan orang yang lebih penting dalam hidup individu. Seperti orang tua, saudara atau orang yang tinggal dengannya tiap saat. Richard Dewey dan W.J. Humber (1966:105) menyebutnya *affective others*, orang lain yang memiliki perasaan emosional dengan dirinya. Dan akan berkembang mempengaruhi pikiran, perasaan dan perilaku.
- b. Kelompok Rujukan (*Reference Group*). Manusia merupakan makhluk yang hidup berkelompok dan setiap individu ingin menjadi bagian dari kelompok. Bahkan setiap kelompok ingin memiliki aturan dan tata tertib yang berbeda, sehingga memiliki keterikatan secara emosional dan berdampak terhadap pembentukan konsep diri. Ketika individu

berhubungan dengan sebuah kelompok, maka individu tersebut menyesuaikan diri berdasarkan dengan aturan dan tata tertib pada kelompok rujukannya. (Rakhmat Jalaluddin, 2012).

2.2.3.3 Komponen Pembentuk Konsep Diri

Menurut Rakhmat Jalaludin, (2012), bahwa konsep diri terbentuk melalui dua komponen yaitu, komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitif mengacu pada keyakinan individu terhadap apa yang dipikirkan terhadap dirinya. Komponen afektif, merupakan perasaan yang emosional individu terhadap konsep dirinya. Ditinjau dari segi psikologi sosial komponen kognitif adalah *self image* (citra diri) dan *self esteem* (harga diri) untuk komponen afektif.

Elizabeth, B, Hurlock (Utami, 2019) juga memberikan pendapatnya mengenai komponen konsep diri yang dibagi menjadi tiga aspek, sebagai berikut:

- a. *Perceptual component*, gambaran fisik individu yang berhubungan dengan penampilan tubuhnya serta impresi yang dibentuk terhadap orang lain. Segala sesuatu yang berkaitan dengan daya tarik dan makna penting yang dimiliki individu dan mempengaruhi tingkah laku seseorang kepada orang lain.
- b. *Conceptual component*, individu yang dapat memahami karakteristik psikologis yang dapat membedakan keunikan dirinya dengan orang lain. Unsur yang membentuk *conceptual component* dengan mempengaruhi kualitas seseorang dengan kemandirian, rasa kepercayaan diri, keberanian, kelemahan, dan kelebihan yang terdapat dalam dirinya.

- c. Attitudinal component, hubungan perasaan individu terhadap dirinya sendiri yang berkaitan dengan perilaku dimasa kini dan masa datang. Dan juga perasaan individu dalam menyesuaikan seberapa pantas dirinya dalam kehidupan dalam mempengaruhi sikap, rasa malu, dan kepercayaan dirinya. Dan membentuk makna hidup individu melalui nilai, keyakinan, prinsip, aspirasi, komitmen dan kepercayaan⁸.

2.2.3.4 Aspek-aspek Konsep Diri

Calhoun dan Acocella (1990), menjelaskan bahwa konsep diri seorang individu memiliki beberapa aspek – aspek atau dimensi – dimensi, yaitu pengetahuan akan dirinya, pengharapan akan dirinya serta penilaian mengenai dirinya⁹, sebagai berikut yaitu:

- a. Pengetahuan, menjelaskan siapa dirinya, suku bangsa, jenis kelamin, ras, agama hingga pekerjaan dirinya. Dan membandingkan dirinya dengan orang lain atau kelompok rujukan sehingga memperoleh konsep diri dan pengetahuan mengenai dirinya sendiri.
- b. Pengharapan, konsep diri yang dimiliki menyangkut harapan dan cita-cita yang dimiliki individu dimasa depan. Dalam kaitannya, pengharapan merupakan peluang seseorang akan seperti apa kelak, hal ini dapat dikatakan dengan sebagai diri yang ideal (*self ideal*). Keinginan yang

⁸Hurlock, B, Elizabeth. (1980). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

⁹Calhoun, J. F., dan Acocella, J. R. 1990. Psikologi tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan. Alih bahasa: Satmoko. Semarang : IKIP Semarang Press

dimiliki seseorang tidak dapat dikategorikan sama, sebab setiap individu memiliki makna ideal masing-masing.

- c. Penilaian, pada bagian ini individu dapat memposisikan dirinya serta menilai dirinya sendiri. Individu memiliki peran untuk menilai seberapa besar membahagiakan dirinya sehingga terbentuk harga diri. Jika terjadi kesenjangan antara pandangan terhadap *self ideal* dengan realita diri sendiri maka akan membentuk harga diri yang rendah. Dan jika sebaliknya individu cenderung menyukai dirinya dan hidup berdasarkan realita yang disukai maka harga dirinya tinggi.

2.2.3.5 Jenis-jenis Konsep Diri

Menurut Calhoun & Acocella (1990), konsep diri terdiri dari konsep diri positif dan konsep diri negatif. Yaitu:

- a. Konsep Diri Positif, komponen utama yang terdapat dalam diri individu adalah konsep diri positif yang dapat menerima dirinya sendiri, memahami dan menghargai fakta-fakta terhadap dirinya sendiri dengan baik. Walaupun memiliki rasa kecewa, namun memandang kecewa tersebut sebagai proses evaluasi bagi dirinya dan berpikir positif.
- b. Konsep Diri Negatif, Calhoun dan Acocella mengklasifikasikan konsep diri menjadi dua tipe, yakni: pertama pandangan seorang individu terhadap dirinya sendiri yang tidak beraturan, tidak dapat mengendalikan perasaan dan integritas dirinya. Tidak mengenal siapa dirinya, apa yang menjadi kelemahan dan kekurangan dirinya, dan sebagainya. Kedua, kondisi

dimana seorang individu memandang dirinya stabil dan teratur atau kaku. hal itu terjadi dikarenakan didikan yang terlalu keras sehingga membentuk konsep diri yang sempurna dan tidak ada celah dalam melakukan penyimpangan. Dikarenakan hukum yang dia ciptakan dan pada akhirnya menghasilkan perubahan kecemasan dan ancaman bagi dirinya¹⁰.

2.2.3.6 Pengaruh Konsep Diri terhadap Komunikasi Interpersonal

Dalam buku Psikologi Komunikasi Rakhmat Jalaludin, ada beberapa hal yang mempengaruhi komunikasi interpersonal akibat konsep diri, yakni:

- a. Nubuat yang dipenuhi dengan sendirinya, Kecenderungan seseorang untuk berperilaku sesuai dengan konsep dirinya apa yang disebut “nubuat yang terpenuhi dengan sendirinya”. Seorang individu dinilai seseorang dengan positif maka individu tersebut akan memenuhi ekspektasi orang lain. Dan jika pandangan orang lain buruk terhadap dirinya maka individu tersebut menganggap dirinya buruk dan rendah. Sehingga, pernyataan konsep diri dan tingkah laku dapat disimpulkan dengan pepatah: *you're what you think* atau dirimu adalah apa yang kamu pikirkan.
- b. Membuka diri, saat individu mengetahui dirinya dengan baik, maka akan meningkatkan kualitas dirinya saat berinteraksi. Dan secara bersamaan akan menambah pengetahuan tentang dirinya melalui interaksi. Jika individu mempunyai konsep diri yang sesuai dengan pengalaman hidupnya, maka individu tersebut memiliki kepribadian terbuka dan

¹⁰ Calhoun, J. F., dan Acocella, J. R. 1990. Psikologi tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan. Alih bahasa: Satmoko. Semarang : IKIP Semarang Press

menerima pandangan dan pengalaman baru terhadap dirinya dan orang lain.

- c. Percaya Diri (*Self Confidence*), jika individu memiliki kepercayaan diri yang rendah condong buruk dalam berkomunikasi interpersonal. Disebabkan menganggap dirinya tidak mampu menghadapi masalah, individu yang memiliki rasa takut saat berkomunikasi disebut *communication apprehension*, individu yang tidak ingin terlibat dalam proses komunikasi dan mengurung diri dari lingkungannya.
- d. Selektivitas, menurut Taylor et al, sikap individu ketika berkomunikasi dipengaruhi oleh konsep diri, hal ini dipengaruhi pesan yang disampaikan individu terhadap orang lain serta bagaimana pandangan individu terhadap pesan dan pesan yang melekat dalam ingatan. Maka setiap individu bersikap dan mengkomunikasikan pesannya setara dengan konsep dirinya.

2.4 Fashion

Fashion diistilahkan secara etimologi dan terminologi. Etimologi merujuk pada asal-usul perkembangan arti dan makna kata sehingga makna bermanfaat untuk memperkuat kata dalam waktu tertentu. Dalam *Oxford English Dictionary*, kata *fashion* berasal dari bahasa latin, “*factio*” yang artinya membuat atau melakukan dan *facere*, yang artinya membuat dan melakukan¹¹. Maka makna *fashion* sebenarnya merujuk pada kegiatan, sehingga *fashion* adalah sesuatu yang dikerjakan seseorang bukan mengartikan *fashion* suatu hal yang dikenakan.

¹¹ Barnard, Malcolm. *Fashion Sebagai Komunikasi*, ter. Idy Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara Yogyakarta: Jalasutra.h.11

Istilah *fashion* kerap diartikan sebagai model pakaian terbaru, *fashion* merupakan lambang dalam fase perubahan budaya dalam suatu kelompok. Selain itu, *fashion* dapat menentukan status sosial dan *fashion* tidak terlepas dengan nilai adat kesopanan. Pada zaman modern ini, hampir setiap individu diberbagai kalangan masyarakat termasuk mahasiswa ingin berlomba-lomba mengikuti dan menciptakan trend *fashion* masing-masing. Sehingga perkembangan desain *fashion* menjadi tidak terbatas. Menurut Soekanto, *fashion* merupakan suatu mode yang tidak bertahan lama dalam segi bahasa, perilaku, hobi dan model pakaian. Dengan perubahan dunia, *fashion* akan terus berkembang dan menciptakan hal-hal yang baru sesuai dengan perkembangan zaman.

Polhemus dan Procter (1978:9), mengatakan bahwa fashion persamaan dengan istilah “dandanan, gaya dan busana”¹². *Fashion* atau yang dapat dikenal dengan *fesyen* atau mode di Indonesia, merupakan suatu gaya berpakaian yang populer di masyarakat pada suatu budaya. Sedangkan pengertian *fashion* secara umum diartikan sangat beragam, seperti seni, bahasa, arsitektur, dan juga masakan. Meskipun dalam kesehariannya, namun istilah *fashion* merujuk pada cara gaya berpakaian atau berbusana¹³.

Pakaian merupakan suatu penampilan yang dipandang memiliki beberapa fungsi komunikatif. Gaya busana, model pakaian, dengan berbagai macam kostum serta perpaduan dandanan merupakan bentuk komunikasi artifaktual, dengan arti proses komunikasi yang sedang berlangsung. Davis (1992: 3) dalam Barnard

¹²*ibid.* hal 13

¹³<https://jagad.id/pengertian-fashion-stylist-secara-umum-dan-menurut-para-ahli/> diakses pada pukul 20.32 pada tanggal 10/5/23

(2011; 103) mengatakan bahwa pakaian yang dikenakan menyatakan pernyataan. Terdapat beberapa orang menganggap, pakaian yang dikenakan dengan campuran model gaya memiliki makna tertentu. Kebanyakan individu merasa puas dengan makna penampilannya yang dinilai orang lain sehingga mempengaruhi cara bersikap.

Fashion memiliki suatu fungsi kesopanan dan juga daya tarik, dalam fenomena budaya *fashion* dipandang sebagai penampilan arti suatu budaya. Karena melalui *fashion* orang dapat menyimpulkan tentang siapa anda, kelompok sosial mana anda, dan dengan melalui *fashion* bisa menunjukkan nilai, dan status sosial seseorang.

Terdapat dalam mazhab komunikasi yang digambarkan oleh Fiske (1990:2) dalam Barnard, mengemukakan definisi komunikasi yang dimaksud interaksi sosial melalui pesan dan masing-masing mazhab mendefinisikan pemahaman tersebut dengan sedikit perbedaan. Dan mazhab yang pertama itu adalah “proses”, ketika seseorang menyampaikan sebuah pesan melalui *fashion* kepada orang lain agar mendorong terjadinya perubahan dengan maksud mengkomunikasikan pesannya kepada orang lain. Seseorang yang menyampaikan informasi mengenai dirinya melalui tampilan *fashion* yang dikenakan.

Fashion merupakan salah satu hal yang mencirikan pengalaman hidup seseorang. Terdapat beberapa fungsi *fashion* dalam kehidupan sosial:

- a. Sebagai sarana komunikasi artifaktual
- b. *Fashion* sebagai perlindungan, kesopanan, dan juga daya tarik

- c. Berfungsi mengekspresikan suasana hati
- d. *Fashion* dapat mengungkapkan identitas pemakainya
- e. *Fashion* juga berfungsi menunjukkan nilai dan status sosial.

2.2.4.1 Sejarah Perkembangan Fashion

Fashion merupakan bagian dari kehidupan manusia dengan berbagai perubahan zaman. Perubahan ini dipengaruhi oleh keadaan sosial, budaya dan kehidupan lingkungan sosial masyarakat yang disebut vice versa (Midiani et al., 2015).

Dalam dunia sejarah *fashion*, kebanyakan wanita menjadi salah satu bagian perubahan dan perkembangan *fashion*. Seperti yang dikatakan oleh Midiani et al dalam mengkaji sejarah *fashion*, wanita merupakan bagian dari *fashion* dibanding laki-laki yang membutuhkan waktu puluhan dekade untuk berevolusi.

Dapat dibahas kembali dalam sejarah *fashion* yang merupakan bagian dari kehidupan manusia menurut Al-Asfihani (Cut Adetya, 2020), pada awal tahun 1000 Masehi, pada saat itu model pakaian yang digunakan gaya Eropa klasik pada abad ke –16 dengan model pakaian yang besar dan tidak pendek. Dapat dikatakan model pakaian zaman itu tergolong sopan dan kontemporer dalam dunia barat. Di zaman modern saat ini telah termodifikasi *fashion* terhadap wanita dengan adanya desainer yang merancang berbagai mode pakaian yang mengakibatkan peristiwa perubahan *fashion* yang sangat signifikan.

Tidak kalah dengan Indonesia, pada tahun 1990-an perkembangan *fashion* bersamaan munculnya politik etis dan pendidikan barat yang disahkan di Indonesia. Pada saat itu, wanita berbagai negara berkunjung di Indonesia dengan berbagai model gaya *fashion* yang dikenakan, gaya tersebut dimaknai dengan muda, santai dan sportif. Tahun 2000-an industri fashion Indonesia menggelar *fashion show* yang akhirnya mempengaruhi ketertarikan masyarakat dengan *fashion*. Sehingga pada tahun 2010, pakaian hijab mempengaruhi industri *fashion*, dan perkembangan gaya *fashion* didukung oleh desainer-desainer ternama.

2.2.4.2 Fashion sebagai Komunikasi

Fashion merupakan kajian penting dalam proses komunikasi, sebab *fashion* merupakan interaksi yang dipandang melalui pakaian dan penampilan yang dikenakan oleh individu kepada lawan bicara. Dengan demikian, *fashion* sangat berperan untuk mengkomunikasikan diri secara non-verbal. Menurut Barnard Malcolm (2011) dalam bukunya *fashion sebagai komunikasi*, *fashion* berkaitan erat dengan diri sendiri. Dengan seseorang mengenakan gaya berpakaian, bertata rias dan berpenampilan menarik dapat dikatakan telah menampilkan siapa identitas dirinya terhadap orang lain. Meskipun, ketika berinteraksi dengan orang lain, bahkan ada individu yang tidak mepedulikan penampilan maka dapat dimaknai orang lain sebagai bentuk pesan yang disengaja.

Selain itu, seseorang dikatakan memiliki kepribadian yang religius, modern, konservatif atau berjiwa muda dapat dilihat dari bagaimana pilihan seseorang dalam menggunakan pakaian yang mencerminkan dirinya (Mulyana,

2013). Sebagian besar pandangan dan tindakan orang tergantung apa yang dikenakan meskipun orang tersebut sama. Ketika berinteraksi dengan orang yang berpenampilan kemeja polos biasa, maka interaksi lebih nyaman dan santai. Namun, berbeda saat berinteraksi dengan orang yang mengenakan pakaian jas, dasi atau seragam militer serta statusnya, maka proses komunikasi berjalan formal dan canggung.

Maka dengan penjelasan diatas, *fashion* sebagai komunikasi diartikan dengan simbol yang menghasilkan makna oleh lawan bicara ketika proses komunikasi berlangsung. Fashion merupakan pesan yang dinilai orang secara berbeda-beda yang dipandang oleh latar belakang budaya, agama dan juga ras.

2.2.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi fashion

- a. Media massa. Media cetak maupun media elektronik selalu menyajikan informasi perkembangan dunia *fashion*, dengan melalui media ini masyarakat tentu mengsosialisasikan trend *fashion* yang diikuti.
- b. Media internet. Media sosial yang saat ini sangat marak digunakan dikalangan anak remaja, mudah bagi mereka dipengaruhi dan mencari gaya *fashion* yang berkembang.
- c. Dunia bisnis. Bisnis sangat mempengaruhi trend *fashion* saat ini, banyaknya peminat dipasar terkait dengan *fashion* yang berkembang sehingga memanfaatkan keuntungan dengan merancang busana untuk menarik para pembeli.

- d. Dunia entertainment. Faktor ini sangat cepat dalam menyebarkan dunia fashion, dengan model *fashion* yang dikenakan selebritis dan menjadi idola bagi masyarakat maka penggunaan *fashion* mempengaruhi masyarakat untuk mengikutinya.
- e. Dunia musik. Boyband dan girlband saat ini merujuk pada pengaruh luar dengan *fashion* yang dikenakan idola mau tidak mau penggemarnya mengikuti *fashion* tersebut.

Fashion merupakan suatu bentuk tanda yang saling berkaitan terhadap keseharian masyarakat sehingga dapat menyalurkan pesan yang menghasilkan sikap, status sosial dan kepercayaan.

2.5 Identitas Diri

Menurut Erikson (dalam papalia, 2008: 587), identitas didefinisikan sebagai konsepsi tentang diri, penentuan tujuan, nilai dan keyakinan yang dipegang teguh oleh seorang individu. kesadaran diri individu dalam menempatkan diri dan memahami arti pada diri sendiri sebagai pribadi yang memiliki karakteristik yang menarik

Menurut Stella Ting Toomey, identitas merupakan cerminan diri yang berasal dari keluarga, gender, budaya, etnis dan proses sosialisasi¹⁴. Pada dasarnya identitas cerminan diri dan persepsi orang lain terhadap diri sendiri. Identitas merupakan label diri yang dipahami sebagai sesuatu yang bersifat pribadi, yang

¹⁴Laksana,Muhibudin.2015.*psikologi komunikasi*.Bandung:PustakaSetia

menghubungkan antara individu dan masyarakat dan komunikasi sebagai proses penghubung terjadinya identitas diri.

Michel Hect, mengatakan identitas diri adalah kode menjelaskan tentang keanggotannya dalam komunitas yang beragam. Adanya identitas dapat memudahkan manusia dalam menggambarkan keberadaan sesuatu sehingga memberikan kemudahan bagi manusia untuk bertindak.

2.2.5.1 Dimensi Identitas diri

- a. Dimensi Internal, adalah sistem penilaian yang terdapat pada individu terhadap dirinya berdasarkan apa yang ada dalam dirinya tersebut. Dimensi ini memiliki tiga bentuk, yaitu: **identitas diri** pokok dasar yang merupakan konsep diri yang merujuk terhadap pada pertanyaan “siapakah saya”. Pada pertanyaan tersebut meliputi simbol-simbol yang diberikan pada diri, sehingga dapat menggambarkan dan membangun identitasnya. **Diri pelaku** merupakan sudut pandang individu terhadap tingkah lakunya yang memiliki segala kesadaran terhadap apa yang dilakukan oleh diri. **Penerimaan/penilaian diri** mengamati dan penentu standar individu memiliki kedudukan sebagai perantara diantara identitas diri dan diri pelak. Penilaian diri sebagai kepuasan individu dalam penerimaan dirinya.
- b. Dimensi eksternal, hal ini sangat luas sehingga dalam mempengaruhi individu dinilai terhadap dasar hubungan dengan aktivitas dan nilai-nilai sosial. Dimensi ini memiliki lima bentuk, yaitu: **diri fisik** mencakup persepsi seseorang dengan keadaan fisik dirinya yang termasuk dalam hal

kesehatan, penampilan dan keadaan tubuhnya. **Diri etika-moral** persepsi orang dengan dirinya yang dilihat dari nilai dan moral etika. Kepuasan individu dengan nilai-nilai keagamaan dan moral yang dipegang baik atau buruk. **Diri pribadi** perasaan atau persepsi individu terhadap dirinya. **Diri keluarga** menunjukkan perasaan dan harga diri sebagai anggota keluarga. **Diri sosial** yaitu penilaian individu dengan interaksi dirinya dengan orang lain.

Proses pembentukan identitas diri seseorang dibentuk dengan dimensi internal dan eksternal sehingga terbentuk dua komponen, yaitu:

- a. Komponen kognitif, pengetahuan individu terhadap dirinya yang menjelaskan tentang dirinya sehingga membentuk citra dirinya.
- b. Komponen afektif, adalah terbentuk dengan penilaian, penerimaan dan penghargaan dirinya.

Hubungan komunikasi dengan identitas sangat erat kaitannya sehingga membentuk identitas seseorang, ketika individu mendapatkan reaksi orang lain saat berinteraksi sosial dan memperlihatkan identitas dengan cara mengekspresikan diri dan merespon orang lain. Subjective dimension perasaan diri, dan ascribed dimension apa yang orang lain katakan terhadap diri sendiri. Dengan demikian, rasa identitas yang melekat pada diri terdapat makna yang dipelajari dan makna yang didapatkan pada diri pribadi. Sehingga makna tersebut mampu mempengaruhi orang lain saat berkomunikasi. Suatu proses yang dibentuk

pada diri tergambar dengan identitas yang akhirnya memainkan peran komunikasi sehingga komunikasi mengekstralisasikan identitas.

2.2.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan identitas diri

Pembentukan identitas diri terjadi dengan interaksi individu dengan lingkungannya Weigert (Restianti, 2009)¹⁵. Perubahan-perubahan itu terjadi disebabkan, oleh lingkungan dan juga dalam diri individu yang mempengaruhi pembentukan identitas diri.

Berk (2007), mengemukakan faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas diri individu yaitu,

- a. Orang tua
- b. Interaksi dengan teman sebaya
- c. Sekolah dan komunitas
- d. Kebudayaan

2.2.5.3 Dampak identitas

Identitas dapat berdampak negatif dan positif, jika suatu identitas menimbulkan rasa bangga baik bagi dirinya maupun lingkungannya, maka identitas dirinya bernilai positif. Dan jika sebaliknya identitasnya kurang baik maka terdapat konflik.

Maka dapat disimpulkan identitas merupakan komponen penting bagi identitas individu kepada orang lain, semakin berkembang dan memahami

¹⁵Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

identitas diri, maka dapat pula paham terhadap kekurangan dan kelebihan diri saat menjalani kehidupan. Dengan kehadiran identitas diri tidak secara langsung ada, namun dibentuk melalui proses yang ada baik dalam diri maupun lingkungan sehingga identitas diri memudahkan individu untuk menggambarkan keberadaan dirinya dalam mengenal sesama dan bertindak.

2.6 Mahasiswa

Dalam Kamus Praktis Bahasa Indonesia, mahasiswa adalah mereka yang sedang belajar diperguruan tinggi (Taufik, 2010). Salim (dalam Spica, 2008) mengemukakan bahwa mahasiswa adalah orang yang terdaftar dan menjalani pendidikan diperguruan tinggi.¹⁶ Mahasiswa secara harfiah adalah orang yang menuntut ilmu diperguruan tinggi, universitas, institut dan akademi. Mereka yang terdaftar disebut sebagai mahasiswa. Berdasarkan pendapat para ahli, mahasiswa adalah orang yang menjalani pendidikan tinggi disebuah universitas dan perguruan tinggi.

2.2.6.1 Ciri-ciri mahasiswa

Menurut Kartono (dalam Siregar, 2006), mahasiswa merupakan anggota masyarakat yang memiliki ciri-ciri tertentu:

- a. Memiliki kesempatan dan kemampuan untuk menuntut ilmu pengetahuan diperguruan tinggi dan universitas sehingga digolongkan sebagai kaum intelektual.

¹⁶ Saputra. F 2015. https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/306/5/118600220_file5. Diakses pada pukul 14.10. Pada tanggal 14/5/23

- b. Diharapkan bertindak sebagai pemimpin yang mampu dan terampil baik bagi masyarakat dan dunia kerja.
- c. Menjadi penggerak yang dinamis terhadap proses modernisasi.
- d. Memiliki tenaga yang berkualitas dan profesional dalam memasuki dunia kerja.

2.2.6.2 Tugas dan Kewajiban Mahasiswa

Siallagan (2011), mahasiswa sebagai masyarakat yang menuntut ilmu mempunyai kewajiban yaitu belajar, seperti membaca buku, mengerjakan tugas, persentasi, membuat makalah, diskusi dan menghadiri seminar. Dan memiliki tugas utama sebagai mahasiswa dengan memaknai mahasiswa sebagai agen perubahan dan pengontrol sosial masyarakat. Tugas ini menjadikan mahasiswa sebagai harapan bangsa, menjadi mahasiswa setia yang dapat menghadapi dan memecahkan masalah yang ada.

2.2.6.3 Peranan Mahasiswa

Mahasiswa merupakan agen perubahan sosial yang dituntut untuk menunjukkan peranannya dalam masyarakat sosial. Siallagan (2011) ada tiga peran yang mendasar bagi mahasiswa yaitu,

- a. Peran intelektual, mahasiswa yang cerdas memiliki intelektual jenius dan jeli maka dapat menjalankan kehidupan secara proporsional sebagai mahasiswa serta harapan masyarakat.
- b. Peran moral, dalam dunia kampus mahasiswa bebas berekspresi, beraksi, berdiskusi, berspekulasi, dan berorasi. Dan menunjukkan perilaku

bermoral dalam bertindak tanpa terkontaminasi dan terpengaruh oleh situasi lingkungan

- c. Peran sosial, mahasiswa sebagai pembawa perubahan memiliki pikiran yang kritis, bersinergi, dan bertindak positif dengan memiliki kerelaan, keikhlasan serta pelopor penyampai aspirasi masyarakat.