

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1. Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan topik yang dilakukan penulis dalam peneliti ini, maka didukung dengan adanya penelitian-penelitian terdahulu yang membahas penelitian yang sejenis:

1. Nauval Daffa Abisya, Mutiah (2022) Fashion Sebagai Bentuk Identitas Diri Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya

Penelitian mengenai pembentukan identitas melalui *fashion* yang dikenakan ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan bagaimana cara mahasiswa khususnya dalam penelitian ini mengidentitaskan dirinya melalui pakaian. Dalam hal ini, *fashion* atau pakaian dimaknai sebagai sebuah komunikasi non-verbal karena terdapat pesan dan kesan yang ingin disampaikan oleh pemakainya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi yang memiliki tujuan untuk mengamati dan memahami esensi dari sebuah fenomena pakaian yang digunakan oleh mahasiswa serta mempermudah penelitian dalam hal pengambilan data. Pengambilan data dilakukan melalui tahapan observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan identitas yang terbentuk melalui pakaian terjadi karena pemakainya sengaja mengatur dan memperdulikan penampilannya dalam kehidupan bersosial. Penelitian ini melihat konsep dramaturgi sebagai landasan dalam pembentukan identitas

melalui pakaian yang dikenakan oleh mahasiswa Unesa dengan melihat segala persiapan dan pemahaman dibaliknya untuk membantu proses dari pembentukan tersebut. *Fashion* dalam penelitian ini digunakan karena pemakainya menginginkan identitas yang berkesan santai, mudah bergaul, dan friendly agar mudah diterima oleh lingkungan.

2. Dhimas Abdillah Syarafa (2020) Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu

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

bersangkutan, dan mahasiswa FISIP lebih mengarah kepada cara mereka untuk mengkategorisasikan gaya berpakaian mereka dengan gaya berpakaian yang ada dan yang mereka rasa cocok dan membuat mereka percaya diri saat berada di lingkungan kampus

Dari kedua penelitian diatas terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni sama-sama membahas tentang *fashion* sebagai identitas. Perbedaanya terletak pada metode dan teori yang digunakan dimana kedua penelitian tersebut menggunakan metode fenomenologi dan deskriptif sedangkan teori yang digunakan yaitu identitas sosial dan dramaturgi dan peneliti menggunakan metode studi kasus dan teori interaksi simbolik.

2.2. Komunikasi

2.2.1. 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.

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicare*” yang mempunyai arti berpartisipasi atau memberitahukan. Kriyantono (2019:156), komunikasi merupakan proses pertukaran dan pemaknaan pesan dalam pemikiran individu, antar-individu atau kelompok individu melalui interaksi sosial. Interaksi

sosial ini dapat terjadi baik secara langsung atau melalui media tidak langsung, seperti melalui surat atau online.

Mulyana (dalam Sikumbang, 2022:29), mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan pokok bagi manusia. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial dapat mengisyaratkan bahwa komunikasi itu sangat penting untuk membangun konsep dalam diri, untuk mengaktualisasikan diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan dan terhindar dari ketegangan dan tekanan antara lain dengan melalui komunikasi yang menghibur dan juga untuk memupuk hubungan yang luas dengan orang lain.

Menurut Hovland (dalam Hendrayady, dkk, 2023:4), komunikasi adalah sebuah proses yang dilakukan oleh seorang individu menyampaikan rangsang (dapat berupa lambang-lambang yang berbentuk kata-kata) untuk mengubah sikap dan tingkah laku individu lainnya.

Dari definisi komunikasi diatas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antara individu-individu, baik melalui penggunaan kata-kata maupun tindakan-tindakan tertentu, dengan tujuan utama untuk menciptakan makna yang efektif dalam suatu pesan. Dalam konteks ini, komunikasi menjadi jembatan yang menghubungkan satu individu dengan individu lainnya, yang dapat membentuk pemahaman yang saling berbagi dan terjalinnya hubungan interpersonal yang bermakna.

2.2.2. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Salah satu aspek yang penting dan kompleks dalam kehidupan manusia adalah interaksi komunikasi. Interaksi komunikasi manusia sangat dipengaruhi oleh hubungannya dengan orang lain, baik itu individu yang dikenal maupun tidak. Pesan yang disampaikan secara verbal melalui kata-kata atau secara nonverbal tanpa menggunakan kata-kata (Rahman, 2019:202-203).

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang digunakan dengan menggunakan simbol-simbol verbal serta menggunakan kata dari satu maupun lebih bahasa. Komunikasi verbal tidak hanya berupa lisan saja, namun meliputi pula komunikasi lisan serta komunikasi tertulis.

Contoh dari komunikasi verbal lisan adalah ketika dua orang lebih melakukan interaksi berupa berbincang-bincang dengan menggunakan perantara atau media komunikasi seperti media komunikasi seluler dan lainnya. Selain itu, komunikasi verbal juga dapat dilakukan tanpa menggunakan perantara, artinya aktivitas komunikasi tersebut terjadi secara langsung, bertatapapan antara pembawa pesan dengan penerima pesan.

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang dilakukan dengan cara menggunakan pesan non verbal untuk menyampaikan suatu informasi. Cara melakukan komunikasi non verbal ini adalah tanpa menggunakan kata atau mengeluarkan kalimat dari mulut. Tetapi, dengan cara melakukan suatu

tindakan untuk menyampaikan suatu informasi. Berikut beberapa contoh dari komunikasi non verbal.

- a. Ekspresi wajah, dalam komunikasi non verbal penggunaan ekspresi wajah adalah hal yang penting. Karena seseorang dapat menyampaikan suatu informasi dengan menggunakan ekspresi wajah tanpa harus mengeluarkan satu kata pun. Contohnya adalah ketika seseorang menunjukkan ekspresi wajah takut dan lainnya.
- b. Bahasa tubuh adalah salah satu cara menggunakan komunikasi non verbal. Dengan melakukan bahasa tubuh, maka seseorang akan mengetahui pesan yang ingin disampaikan. Contohnya ketika seseorang memberikan gestur tubuh tertentu yang dapat menyampaikan pesan bahwa orang tersebut ingin menyampaikan suatu pesan.
- c. Sentuhan, melalui sentuhan seseorang dapat melakukan komunikasi non verbal. Contoh yang sering ditemui adalah ketika seseorang tertawa kemudian secara reflek atau spontan orang tersebut menepuk pundah dari lawan bicara yang memiliki makna bahwa orang tersebut menghargai lawan bicaranya atau sebaliknya.
- d. Penampilan, melalui penampilan seperti gaya rambut bahkan hingga cara berpakaian maupun makeup, seseorang menyampaikan pesan khusus seperti tertarik dengan lawan bicara dan lain sebagainya.

2.3. Identitas Diri

Menurut Erikson (dalam papalia, 2018: 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 sosialisasi. Pada dasarnya identitas cerminan diri dan persepsi orang lain terhadap diri sendiri. Identitas merupakan label diri yang dipahami sebagai sesuatu yang bersifat pribadi, yang 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.

Hecht dalam (LittleJohn dan Foss: 2009: 131) menguraikan identitas yang terdiri dari dua dimensi yaitu: melebihi pengertian Kedua dimensi tersebut berinteraksi dalam rangkaian empat tingkatan atau lapisan

- a. Pertama ; *personal layer*, yang terdiri dari rasa akan keberadaan diri anda dalam situasi sosial. Anda melihat diri anda dalam kondisi-kondisi tertentu. Identitas tersebut terdiri dari perasaan serta ide tentang diri sendiri, siapa dan seperti apa anda sebenarnya.

- b. Kedua ; *enactment layer* atau pengetahuan orang lain tentang diri anda berdasarkan apa yang anda lakukan, apa yang anda miliki, dan bagaimana anda bertindak. Penampilan anda adalah simbol aspek yang lebih mendalam tentang identitas anda serta orang lain akan mendefinisikan dan memahami anda melalui penampilan tersebut.
- c. Ketiga ; dalam identitas anda adalah relasional atau siapa diri anda dalam kaitannya dengan individu lain. Identitas dibentuk dalam interaksi anda dan mereka.

Keempat ; adalah identitas tingkatan *communal*, yang diikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar. Ketika identitas seseorang dibentuk terutama oleh komunitas yang lebih besar dari pada perbedaan individu di antara manusia dalam komunikasi.

2.3.1. 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 tergambarkan dengan identitas yang akhirnya memainkan peran komunikasi sehingga komunikasi mengekstralisasikan identitas.

2.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Identitas Diri

Pembentukan identitas diri terjadi dengan interaksi individu dengan lingkungannya Weigert (Restianti, 2019:15). 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

2.3.3. 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 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.

2.4. Fashion

Secara etimologis, kata *fashion* diambil dari Bahasa Latin “Factio” yang berarti “melakukan”. Oleh karena itu, *fashion* dipandang sebagai suatu kegiatan yang melibatkan tindakan atau perbuatan, bukan hanya sebagai objek semata (Prasetyawati and Sitinjak, 2022). Lalu kata “factio” berkembang diserap ke dalam Bahasa Inggris menjadi “*fashion*” yang secara sederhana diartikan sebagai gaya berbusana. Dalam buku Malcolm Barnard dengan judul *Fashion Theory: A Reader* menyebutkan definisi *fashion* dibedakan menjadi dua yaitu kata benda dan kata kerja. Kata benda disini *fashion* diartikan *style* dan gaya, sedangkan sebagai kata kerja menunjukan suatu tindakan membuat dan melakukan sesuatu.

Sebagai kata benda, *fashion* merupakan gaya terbaru yang paling dikagumi. Menurut Frings (dalam buku yang ditulis oleh Choliawati, 2021) *Fashion* adalah gaya atau yang populer pada waktu yang tertentu. Menurut Ted Polhemus dan Lynn Procter *fashion* bersifat kontemporer dan *fashion* sering digunakan sebagai sinonim dan istilah dandanan, gaya, dan pakaian. Disini diartikan *fashion* itu mencakup semua jenis gaya seseorang dalam berpenampilan, dari ujung rambut, sampai ujung kaki misalnya gaya rambut, kosmetik, rok, baju, aksesoris, perhiasan dan barang konsumsi yang dikenakan untuk menunjang penampilan. Dengan demikian

menurut Lypoventtsky, *fashion* dapat dianggap sebagai bentuk perubahan yang terjadi dengan cepat, dan oleh karena itu *fashion* dianggap sebagai kekuatan yang mempengaruhi individualitas. *Fashion* memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya melalui pilihan berbusana (Putri and Patria, 2022).

Sedangkan dengan kata kerja, *fashion* diartikan sebagai suatu tindakan melakukan sesuatu. Dalam buku *fashion as communication* menyebutkan *fashion* disamakan dengan tindakan yang diberikan makna kepada pemakainya. Lalu dijelaskan bahwa *fashion* merupakan komunikasi bukan dari lisan ataupun tulisan, melainkan makna yang terkandung saat mengenakan pakaian tertentu. Awalnya fungsi utama *fashion* merupakan material untuk perlindungan dan termasuk dalam unsur-unsur kesopanan. Tetapi pada kenyataan tiap individu mengamsumsi perlindungan diri dan standar kesopanan orang berbeda yang menjadikan *fashion* memiliki fungsi komunikatif adanya perbedaan yang terjadi. Dengan begitu *fashion* termasuk dalam fenomena komunikatif bagi sebagian orang.

Fashion sendiri memiliki makna yang dipadukan oleh pemakainya yang digunakan untuk mendekorasi atau mempercantik diri. Terhadap ungkapan tersebut diambil dari Buku Malcolm Barnard *Fashion* sebagai komunikasi (2019) *fashion* memiliki dua aspek kritik tentang menipu. Pertama, *fashion* dijadikan sebagai bagian dari bisnis busana yang mengambil tubuh untuk menyamarkan atau menyajikan sebagai suatu tipuan. Hal itu mengartikan bahwa *fashion* memaksakan makna terhadap bahan baku yang tak memiliki makna. Kedua *fashion* digunakan untuk membuat orang memberi respons yang bisa diterapkan dalam sarana komunikasi. Dalam hal ini *fashion* memiliki fungsi komunikatif yang dimana

fashion akan memaksa seseorang yang melihat untuk mengkonstruksikan suatu makna yang tersimpan.

Dalam buku *Fashion Theory: A Reader* mendefenisi alasan *fashion* menjadi fenomena komunikatif. Pertama *fashion* memiliki istilah lengkap yang menunjukan semua hal yang seseorang lakukan pada tubuh mereka. Kedua *fashion* seolah mengandung makna yang ada didalam *fashion*. Dengan penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *fashion* dapat didefenisikan sebagai modern, bermakna, dan komunikatif dari apa yang mereka kenakan.

2.5. 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, 2020). 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.

2.6. *Fashion* Sebagai Identitas Diri

Perkembangan globalisasi dan modernisasi benar-benar mempengaruhi perkembangan *fashion* di berbagai wilayah di dunia, seperti berawal dari keberadaan *store fashion* (distro), hingga mall-mall yang menawarkan produk-produk dengan merek-merek luar negeri. Disisi lain ada juga mereka yang dapat membeli barang-barang bekas bermerek dengan harga yang murah (*Thrifting*), *Trend fashion* lambat laun menjadi sangat berubah, seperti menjadi lebih konsumtif, sangat mengikuti zaman, sehingga merubah pandangan mereka dalam memilih kelompok bergaul yang sesuai dengan keinginannya (Trisnawati, 2018:2).

Fashion dijadikan sebagai salah satu hal yang berperan penting dalam menciptakan identitas diri bagi para penggunanya saat ini. Identitas tersebut merupakan sebuah ciri khas yang di dapat melalui gaya busana yang mereka gunakan. Melalui *fashion*, para pengguna nya merasa lebih dikenal dan di anggap di lingkungan sosialnya karena memiliki gaya busana yang ber-ciri khas. Tentunya,

para penggunanya khususnya mahasiswa benar-benar ingin terlihat berbeda dan menjadi pusat perhatian melalui pakaian yang mereka gunakan (Trisnawati, 2018:2).

Pakaian merupakan obyek yang oleh sebagian besar orang dianggap bisa menyampaikan sesuatu sebagaimana yang dikemukakan oleh Barthes mengenai “*The language of fashion*”, bahwa setiap bentuk *fashion* pasti mengandung pesan tertentu yang kemudian ingin disampaikan oleh pemakainya. Hal ini dianggap benar dan diakui oleh sebagian besar orang. *Fashion* merupakan obyek yang dianggap bisa menyampaikan makna dan maksud-maksud tertentu dari pemakainya. Oleh karena itu dengan pakaian yang dikenakan diharapkan orang bisa menilai tanda-tanda yang ditampilkan dengan pakaian yang dikenakannya. Misalnya saja gaya busana anak *punk*, yang selalu memakai baju dan celana warna hitam-hitam ingin menunjukkan pesan yakni kebebasan. (Trisnawati, 2018:36).

Fashion sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi bagi penggunaan *fashion* dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain. Ciri dan identitas diri menjadi sesuatu yang sangat penting untuk ditunjukkan ketika kita hidup dalam masyarakat, dimana individualitas menjadi tolak ukur penilaian dalam sebuah hubungan maupun interaksi. Karena *fashion* bisa mengekspresikan sesuatu yang tidak terucap secara verbal, inilah maka *fashion* juga seringkali digunakan untuk menunjukkan identitas diri personal dari individu yang bersangkutan (Idi Subandy, 2017: vii)

Hanya dengan mengenakan jenis pakaian tertentu maka, orang lain akan bisa menilai kepribadian dan citra dirinya. Sementara itu, diantara para perempuan, pada tataran usia remajalah mereka cenderung lebih terpengaruh oleh perkembangan *fashion*. Mereka yang cenderung masih belum stabil, selalu mencoba hal-hal baru, ingin selalu menonjolkan diri terutama di mata lawan jenisnya. *Fashion* memang identik dengan perempuan, hal ini sudah menjadi *common knowledge* yang hampir semua orang mengakuinya. Diantara perempuan-perempuan, mulai dari kecil, remaja, hingga dewasa dan tua, maka pada tataran remajalah demam *fashion* begitu berpengaruh dalam kehidupan mereka (Trisnawati, 2018:38).

2.7. Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi (Hartaji, 2018).

2.8. 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 (Mahestu, 2018: 23).

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 (Mahestu, 2018: 23).

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 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 ditimbulkanoleh orang lainyang 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 (Mahestu, 2018:28).

- a. *Mind* (pikiran) : kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Dimensi pertama dalam konsep mind ini melihat bagaimana kemampuan diri individu menggunakan simbol artifaktual yaitu pakaian dengan perasaan dan keyakinan yang dapat memberikan penilaian sosial terhadap dirinya sendiri.
- b. *Self* (diri pribadi) : kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the-self*) dan dunia luarnya. Dimensi kedua yaitu melihat bagaimana kemampuan diri individu mengembangkan sikap-sikap tentang bagaimana orang lain memandang/menganggap dirinya, dari artifaktual yang dikenakan oleh diri individu tersebut

cenderung menyesuaikan anggapan-anggapan yang dipersepsi atau diterimanya.

- c. *Society* (masyarakat) : hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya. Dimensi ketiga ini mengacu pada bagaimana kemampuan diri individu untuk mengkehendaki bagaimana masyarakat memberikan perilaku, menyesuaikan dengan aspirasi, tujuan kedepannya yang lebih baik dalam hal citra diri.