

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Fashion adalah gaya berpakaian atau biasa, juga disebut sebagai mode berbusana, yang digunakan seseorang setiap hari, baik di acara tertentu maupun di kehidupan sehari-hari, dengan tujuan untuk meningkatkan penampilannya. Mode telah menjadi bagian integral kehidupan manusia. Mulai dari ekonomi kelas atas hingga kelas bawah. Pada kenyataannya, beberapa orang percaya fashion merupakan perlindungan, yang berarti dalam memakai pakaian merek tertentu, terutama yang terkenal dan mahal, meningkatkan rasa percaya diri. Oleh karena itu, penilaian awal seseorang tergantung pada gaya busana. Busana menjadi pembeda sosial berdasarkan gender dan usia. Untuk menciptakan kesan yang menyenangkan dan ideal bagi seseorang, melakukan presentasi diri. Tindakan ini menggunakan cara unik untuk menunjukkan jati diri. Kesan pertama saat berinteraksi satu sama lain mengenai citra yang dipantulkan sesuai dengan apa yang dikenakan. Menurut Barthes tentang "language of fashion", setiap pakaian yang dipakai mengandung arti yang ingin disampaikan oleh orang yang mengenakan pakaian tersebut, sehingga pakaian dianggap sebagai objek untuk menyampaikan sesuatu bagi sebagian orang.¹

Fashion adalah hasil dari gaya berbusana setiap orang untuk menunjukkan dirinya pada masyarakat. Ini juga merupakan bagian dari komunikasi artifaktual

¹ Trisnawati, T. Y. "Fashion sebagai bentuk ekspresi diri dalam komunikasi". *Jurnal The Messenger*, Vol. 03, No. 02 (Juli 2011) : 36-47.

dan membentuk karakter sosial. Istilah fashion sering digunakan untuk menggambarkan hal yang sama dengan pakaian. Fashion berfungsi sebagai daya tarik setiap orang yang mengenakan, juga membentuk karakter setiap orang. Seseorang dapat mengidentifikasi identitas dan karakteristik yang ingin ditunjukkan melalui presentasi pakaiannya melalui pesan artifaktual atau komunikasi non verbal.²

Pakaian dianggap memiliki tujuan untuk berkomunikasi. Pada penelitian ini peneliti mengangkat topik tentang Fashion Mahasiswa Perempuan Sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Gaya Busana Mahasiswa UIN Satu Tulungagung) Komunikasi artifaktual (artifactual communication) terjadi melalui pakaian.³ Namun penelitian ini memiliki batasan, batasan dalam penelitian ini ialah, peneliti meneliti fenomena fashion yang berfokus pada pakaian saja, yakni baju yang dikenakan. Sebuah pertukaran informasi, melalui busana, berbagai artefak disebut dengan pertukaran pesan artifaktual. Dalam hal ini pakaian, maupun busana menyampaikan pesan secara tanpa kata, maka disebut dengan komunikasi nonverbal.⁴ Istilah "tren" sering dikaitkan dengan fashion, karena fashion adalah salah satu fenomena desain berbusana oleh masyarakat untuk menyesuaikan dengan perubahan trend dengan lebih cepat.⁵

² Aulia, N. *Pemaknaan Fashion Thrift sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Fenomenologi Presentasi Diri Mahasiswa IAIN Parepare)*. Parepare: repository.iainpare, 2024.

³ Idi Subandy Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra, 2007.

⁴ Aulia, N. *Pemaknaan Fashion Thrift sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Fenomenologi Presentasi Diri Mahasiswa IAIN Parepare)*. Parepare: repository.iainpare, 2024.

⁵ Aninda, N., & Sunarya, Y. Y. Siklus Tren Fashion di Media Sosial (Studi Kasus Tren Berkain di Instagram Remaja Nusantara). *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, Vol. 06, No. 01, (November 2023) : 1-20.

Pakaian adalah cara ekspresi diri yang lebih dari sekadar gaya visual dengan melalui komunikasi artifaktual. Pakaian yang dipilih oleh seseorang menceritakan identitas, prinsip, dan bahkan keinginan setiap individu.⁶ Individu dapat menyampaikan pesan tentang selera estetika melalui pilihan desain, warna, dan gaya. Pakaian dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan hubungan budaya, ideologi, atau bahkan pergerakan sosial. Pakaian berwarna-warni dan eklektik mungkin menunjukkan kekreatifan dan semangat eksperimen, sementara jaket vintage mungkin menunjukkan minat terhadap sejarah. Pakaian juga dapat digunakan untuk memperkenalkan atau merayakan warisan budaya, merangkul keragaman, atau mengekspresikan solidaritas terhadap masalah tertentu dalam masyarakat yang semakin terhubung secara global. Oleh karena itu, komunikasi artifaktual melalui pakaian mencakup pembentukan cerita yang kompleks dan mendalam yang berbicara tentang siapa seseorang sebenarnya dan bagaimana menghargai hidup seseorang.⁷

Penyampaian informasi melalui artifaktual merupakan berbagai macam penampilan, yakni dilihat dari potongan rambut, berbagai kosmetik, baju, tas, pangkat, maupun atribut yang berkaitan dengan hal tersebut memberikan reaksi kepada penerimanya dari penampilan tertentu. ⁸Artifak merupakan bentuk komunikasi nonverbal, penggunaan kosmetik maupun perhiasan, busana, pengharum badan, lipstik, bulumata palsu, sepatu, dan lain-lain. Orang-orang

⁶ Sihabuddin, Ahmad. *Komunikasi Antarbudaya , Suatu Peerspektif Multi Dimensi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

⁷ Aulia, N. *Pemaknaan Fashion Thrift sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Fenomenologi Presentasi Diri Mahasiswa IAIN Parepare)*. Parepare: repository.iainpare, 2024.

⁸ Rakhmat, Jalaluddin, M. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.

menggunakannya untuk menyampaikan pesan, baik positif maupun negatif.⁹ Ketika orang dimasyarakat melihat seseorang mengenakan kemeja lengan panjang dan dasi, setelan jas, sepatu bermerek, dan jam tangan mewah, dianggap sebagai orang yang mapan. Namun, ketika seseorang melihat seseorang mengenakan kaos, celana, dan jaket jeans, dan sandal biasa, dianggap sebagai orang kasual. Pakaian dianggap memiliki tujuan untuk berkomunikasi. dalam busana, bentuk komunikasi artifaktual, Pakaian sebagai makna yang mewakili kepribadian, tingkatan sosial, dan karakter. Pakaian membentuk diri setiap orang. Identitas pada diri didefinisikan sebagai pandangan seseorang terhadap diri.¹⁰ Identitas diri adalah pandangan yang sangat subjektif terhadap dirinya sendiri, termasuk gambaran tubuh, sifat, keahlian, dan sebagainya, menurut Bailey. Burn, presentasi diri sebagai karakteristik fisik, penampilan, ukuran tubuh, pakaian, dan kosmetik.¹¹

Setiap orang ingin mengekspresikan dirinya, agar orang lain terkesan. Menciptakan identitas diri, upaya setiap orang untuk menyampaikan kesan dengan perilaku agar orang lain dapat mengerti tentang identitas diri yang diinginkan. Sesuai dengan apa yang diinginkan. Karakteristik simbol yang harus digunakan secara tepat dan dapat mendukung identitas yang ditampilkan

⁹ Salim, A. B. *PAKAIAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL (Study Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswi Bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)* Yogyakarta: Institusional Repository UIN Sunan Kalijaga, 2017.

¹⁰ Andi Mappiare AT., *Pengantar Konseling Dan Psikoterapi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011.

¹¹ Andi Mappiare AT., *Pengantar Konseling Dan Psikoterapi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011.

secara keseluruhan dipertimbangkan.¹² Diharapkan bahwa presentasi diri yang dilakukan seseorang melalui gaya berbusana yang dikenakan akan menimbulkan kesan atau makna pada setiap orang. Erat kaitannya dengan menumbuhkan dan menunjukkan identitas diri. Seseorang juga cenderung memberikan sentuhan identitas diri dan menunjukkan siapa dirinya dalam mempresentasikan diri dihadapan orang lain.¹³

Jadi dapat diartikan oleh peneliti yakni, yang disebut komunikasi arti faktual adalah penampilan setiap orang dengan menunjukkan makna sebagai identitas sosial seseorang, menyebabkan reaksi berbagai reaksi bagi orang lain. penyampaian informasi visual menggunakan unsur dasar bahasa visual yang terlihat, sangat penting untuk menyampaikan pesan, didalamnya terdapat sebuah unsur Komunikasi Non Verbal. Bahasa visual merupakan objek yang dapat dilihat dan digunakan untuk menyampaikan makna¹⁴. Komunikasi nonverbal terjadi ketika objek menyampaikan makna tanpa berucap. Contoh komunikasi nonverbal yakni penggunaan bahasa tubuh, penggunaan objek (pakaian, potongan rambut, dll.) simbol, dan gaya dalam berinteraksi. Para ahli mendefinisikan komunikasi non verbal sebagai, pertukaran informasi tanpa berucap.¹⁵

¹² Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif. Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.

¹³ Aulia, N. *Pemaknaan Fashion Thrift sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Fenomenologi Presentasi Diri Mahasiswa IAIN Parepare)*. Parepare: repository.iainpare, 2024.

¹⁴ Putra, R. W. *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021.

¹⁵ Putra, R. W. *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021.

Selain identitas, pakaian menunjukkan kelas sosial. Urgensi penelitian ini mengangkat sebuah Gaya berpakaian yang di kenakan oleh mahasiswa perempuan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sebagai bentuk komunikasi artifaktual. Yang nantinya akan mengulas, mengkaji trend fashion outfit saat ini yang kian merebak kalangan para mahasiswa. Outfit yang dulunya monoton, membosankan untuk dipandang kini telah berubah menghasilkan sebuah trend fashion baru yang tiada habisnya. Mengingat bahwa fenomena ini masih menjadi sebuah fenomena hangat dikomunitas internet dan diikuti oleh beberapa komunitas didunia nyata, penelitian ini sangat penting untuk dikaji khususnya dalam komunikasi artifaktual.

Dalam era modern, komunikasi artifaktual menjadi hal penting dikehidupan masyarakat, dan trend sosial media menjadi pusat kehidupan manusia. Sebagai contoh, orang-orang sekarang cenderung mengunggah setiap aktivitas mereka di media sosial, mulai dari fashion, traveling, makanan, dll. Periset menemukan masalah ini terkait dengan cara mahasiswa UIN satu Tulungagung berkomunikasi secara artifaktual melalui gaya berpakaian di Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang saat ini menjadi tren kalangan mahasiswa. Komunikasi adalah usaha penyampaian pesan antarmanusia.¹⁶ Dalam penyampaian informasi yang dikirim oleh komunikator tidak sampai ke komunikan karena terjadi gangguan selama penyampaian. Setelah informasi tersampaikan yang dituju, terjadi umpan balik. Penulis menemukan dari uraian

¹⁶ Putra, R. W. *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021.

berdasarkan proses komunikasi, yakni proses penyampaian informasi kepada orang lain dengan menggunakan sebuah tanda sebagai media.

Berbagai sosial media menjadi sumber inspirasi mengenakan outfit oleh para mahasiswa perempuan UIN Satu Tulungagung. Outfit sebagai identitas diri dibeberapa kalangan. Para mahasiswa khususnya Mahasiswa UIN Satu Tulungagung mencari sumber referensi outfit mengikuti gaya trend saat ini dan juga dari seorang influencer terkenal yang memiliki banyak viewers (penonton). Influencer sendiri merupakan seorang yang mampu menggaet para hati pemirsa untuk mengikuti gaya trend yang tengah merebak saat ini, Mengenal sebuah fashion bisa dengan melalui media seperti, buku, majalah, katalog, namun era 4.0 ini fashion sudah merambah kedalam media sosial, seperti TikTok, Instagram, Facebook, Pinterest. Para fashionista sekarang menggunakan konsep foto maupun berupa video singkat yang menampilkan trend pakaian diTikTok, Instagram, Facebook, Pinterest untuk bergaya. Para fashionista berusaha menciptakan kesan pada para pengikutnya menampilkan foto busana yang dipakai. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan, seperti cara memperoleh barang dan jasa, hingga pengambilan keputusan untuk tindakan selanjutnya.¹⁷

Trend yang populer ditunjukkan oleh semua orang. merupakan hasil adaptasi sebuah trend lama kemudian menjadi trend baru yang diadaptasi untuk menjadi trend baru, media sosial mengemas trend populer dengan cepat pada

¹⁷ R Ulfah1, I. R. FENOMENA PENGGUNAAN FOTO OUTFIT OF THE DAY DI INSTGRAM SEBAGAI MEDIA PRESENTASI DIRI (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman). *Jurnal Komunikatio* , Vol. 02, No. 01 (April 2016) : 1-14

satu lingkup.¹⁸ Media sosial memungkinkan seseorang melepaskan semua tingkatan sosial dengan menciptakan tingkatan sosial baru berdasarkan banyaknya pengikut. Pengikut ini akan menjadi topik utama, trending dari sebuah fashion, menghasilkan selera pengguna beserta trend yang dihasilkan. Sosial media, mengaktualisasikan identitas secara cepat, sehingga hal yang berasal dari sosial media hanya sebentar. Contohnya, dimasyarakat yang menggunakan selfie atau potret diri di era teknologi saat ini.¹⁹

Kebanyakan orang menggunakan smartphone untuk mengakses internet dan melakukan banyak hal, seperti mencari hal-hal yang berkaitan dengan dunia fashion salah satunya ialah mencari sumber referensi outfit. Outfit diambil dari kata yang berbahasa inggris memiliki arti pakaian. Dunia mode, istilah "outfit" banyak digunakan. Sederhananya, pakaian mengacu pada mempadu-padankan beberapa pakaian yang dipakai oleh seseorang pada waktu/momen tertentu. Outfit ini biasanya disesuaikan dengan keinginan, kenyamanan, atau pada saat merujuk pada suasana maupun nuansa tertentu. Istilah Outfit of the day kerap diperuntukan untuk para remaja hingga usia dewasa, khususnya para mahasiswa. Mahasiswa UIN Satu Tulungagung menjadikan media sosial Instagram, Pinterest, dan Tiktok sebagai referensi pemilihan outfit yang sepadan agar menyesuaikan nuansa berpakaian yang ingin dikenakan.²⁰

¹⁸ Lautama, Ciawita Atmadiratna., dkk. "Gaya Androgini dalam *Pop Culture*". *Jurnal Seni & Reka Rancang*. Vol 5 No 1 (November 2022) 17-36

¹⁹ Aninda, N., & Sunarya, Y. Y. Siklus Tren Fashion di Media Sosial (Studi Kasus Tren Berkain di Instagram Remaja Nusantara). *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, Vol. 06, No. 01, (November 2023) : 1-20.

²⁰ Sulissy Nur Syafa'ati, J. A. CITAYAM FASHION WEEK: EKSPRESI REMAJA DI RUANG PUBLIK PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI ERA DIGITAL. *Journal of Communication Studies*, (Maret 2023) : 71-88.

Jumlah yang memiliki akun diinternet terus bertambah, mencapai 5,56 miliar pada tahun 2025, total populasi dunia 8,2 miliar ditahun 2025. 221 juta orang Indonesia menggunakan internet 79,5 persen dari total populasi. Indonesia merupakan salah satu pengguna internet paling banyak didunia. UNICEF melaporkan setiap setengah detik anak diseluruh dunia memiliki akses internet.²¹

Media dalam penelitian yakni TikTok, Facebook, Instagram dan yang lain-lain. Periset membahas tentang referensi outfit mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Kemunculan dan perkembangan outfit diseluruh dunia termasuk dikalangan mahasiswa UIN Satu Tulungagung. Menjadi sebuah culture pada trend fashion. Yang dulunya model fashion terlihat kuno kini menjadi lebih up to date, membuat para remaja khususnya mahasiswa menjadi percaya diri tampil didepan publik, Namun, berdasarkan jenis dan gaya busana.²²

Pada tahap fase usia remaja dikenal sebagai masa pubertas, pada perkembangan fisik. Ini memiliki ketertarikan pada penampilan fisik. Mahasiswa saat ini mengalami perkembangan emosi, seksual, kognitif, dan sosial selain perkembangan fisik. Perkembangan ini berdampak pada rasa percaya diri yang makin lama berkembang dan tumbuh, dapat menyebabkan kecemasan pada setiap orang²³. Kebutuhan utama manusia adalah kebutuhan

²¹ Kristantyo Wisnubroto, "[Komitmen Pemerintah Melindungi Anak di Ruang Digital](#)" . indonesia.go.id (Diakses pada tanggal 23 Mei 2025, 14.05 WIB)

²² Sulissya Nur Syafa'ati, J. A. CITAYAM FASHION WEEK: EKSPRESI REMAJA DI RUANG PUBLIK PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI ERA DIGITAL. *Journal of Communication Studies*, (Maret 2023) : 71-88.

²³ (Sulissya Nur Syafa'ati, 2023)

primer pakaian, makanan pokok dan rumah. Pakaian berfungsi sebagai bentuk identitas bagi yang mengenakan, selain sebagai kebutuhan utama.²⁴ Menghabiskan banyak waktu bersama teman-temannya daripada keluarga sendiri, dan cenderung mengeksplorasi diri sebagai cara untuk berkomunikasi. Akibatnya, remaja percaya bahwa penampilan sangat penting. juga cenderung menunjukkan figur diri sendiri sebaik mungkin, yang memicu perbandingan antara orang lain dengan figur ideal yang beredar dimedia sosial.²⁵ Mengenakan pakaian trendi dan sedikit nyleneh, nyentrik. Menyesuaikan gaya hidup seorang remaja saat ini. Dalam era digital saat ini, para remaja khususnya mahasiswa mengalami kemajuan teknologi berkembang pesat, seperti smartphone. Tidak dapat lepas dari aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan.²⁶ Namun, periset menemukan bahwa para penggemar fashion senang dan bangga dengan melihat trend fashion yang diunggah di media sosial, mendorong untuk terus mengikuti tren fashion, Ini menyebabkan gaya hidup yang konsumtif.²⁷

Tidak mengherankan, Para mahasiswa perempuan UIN Satu Tulungagung, mencerminkan karakter pada diri melalui gaya pakaian seorang Mahasiswa Universitas Islam Tulungagung. Adapun penelitian lain yang membahas hal sama terkait dengan Komunikasi Artifaktual “KOMUNIKASI

²⁴ (Sulissya Nur Syafa'ati, 2023)

²⁵ Sulissya Nur Syafa'ati, J. A. CITAYAM FASHION WEEK: EKSPRESI REMAJA DI RUANG PUBLIK PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI ERA DIGITAL. *Journal of Communication Studies*, (Maret 2023) : 71-88.

²⁶ (Sulissya Nur Syafa'ati, 2023)

²⁷ R Ulfah1, I. R. FENOMENA PENGGUNAAN FOTO OUTFIT OF THE DAY DI INSTGRAM SEBAGAI MEDIA PRESENTASI DIRI (Suatu Kajian Komunikasi Dalam Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman). *Jurnal Komunikatio* , Vol. 02, No. 01 (April 2016) : 1-14.

ARTIFAKTUAL PENGGEAR MUSIK HARDCORE DI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”²⁸.

Objek penelitian yang dipilih yakni berdasarkan wawancara mendalam. Peneliti perlu waktu untuk memperkenalkan diri, menciptakan suasana ramah dengan informan. Bertujuan menumbuhkan kepercayaan antara peneliti dengan informan. Informan merupakan individu, memiliki informasi penting dan pertimbangan periset dalam menjabarkan keunikan gaya berpakaian melalui komunikasi artifaktual yang berada di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Tahap wawancara yang mendalam. Dalam riset kualitatif, berguna membua suasana akrab dan menumbuhkan kepercayaan informan pada penulis. Jika keakraban dan kepercayaan tercipta maka informan bersedia memberikan informasi secara bebas, tanpa ada rasa curiga, khawatir, atau malu.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pendekatan fenomenologi, analisis etnografi digital, literatur review, menggunakan wawancara mendalam. Untuk melengkapi proposal ini, metode penelitian ini mencantumkan literature review secara sistematis yang mengumpulkan beberapa ulasan dari buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya. Tujuan literature review, mendapatkan landasan teori fenomena yang sedang diteliti yakni mengenai “Fashion Mahasiswa Perempuan Sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Gaya Berpakaian Mahasiswa UIN SATU Tulungagung)”.

²⁸ Umar, M. R. M., Sadono, T. P., & Kuncoro, W. Komunikasi Artifaktual Penggemar Musik Hardcore Di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, *Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM)*, Vol. 02, No. 02 (Juli 2024) : 448-445.

Periset membahas penelitian ini mengingat bahwa komunikasi artifaktual dalam mengenakan sebuah trend fashion bisa dilihat mulai dari cara mahasiswa yang mengikuti trend dalam memilih trend fashion akan selalu berpenampilan menarik, menggunakan fashion yang memiliki sebuah merk ataupun brand, mulai dari pakaian, menggunakan model pakaian yang sedang trend (biasanya digandrungi oleh mahasiswa), dan rata-rata dari para mahasiswa ini menggunakan sosial media sebagai bahan untuk mencari referensi Fashion sebagai contoh referensi OOTD dalam topik penelitian ini oleh periset ataupun platform lainnya yang trend pada beranda akun sosial media milik para mahasiswa UIN Satu Tulungagung ini. Maka dari itu, Penelitian ini memiliki tujuan mengeksplorasi gaya berpakaian sebagai komunikasi artifaktual dalam ber-outfit pada mahasiswa UIN Satu Tulungagung, dengan harapan dapat menghasilkan rekomendasi yang bermanfaat untuk eksplorasi tentang outfit pada kehidupan sehari-hari. Penting untuk membuat riset terkait “Fashion Mahasiswa Perempuan Sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Gaya Berpakaian Mahasiswa UIN SATU Tulungagung)”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada “Fashion Mahasiswa Perempuan Sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Gaya Berpakaian Mahasiswa UIN SATU Tulungagung)” maka dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Cara Berbusana Mahasiswa UIN Satu Tulungagung?
2. Bagaimana Fashion sebagai bentuk komunikasi artifaktual mahasiswa UIN

Satu Tulungagung untuk mengekspresikan diri?

3. Bagaimana fashion mahasiswa UIN Satu Tulungagung diekspresikan di media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Cara Berbusana Mahasiswa UIN Satu Tulungagung
2. Mengetahui Fashion sebagai bentuk komunikasi artifaktual mahasiswa UIN Satu Tulungagung untuk mengekspresikan diri
3. Mengetahui fashion mahasiswa UIN Satu Tulungagung di ekspresikan di media sosial

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Sosial

Manfaat Secara sosial dalam riset ini ialah untuk Menambah kepercayaan diri dalam ketika berpenampilan di ruang publik, selain kepercayaan diri ialah, Fashion bisa dijadikan sebagai identitas diri mahasiswa.

Manfaat Praktis

Secara praktis, riset ini bermanfaat dalam bidang Fashion Mahasiswa Perempuan Sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi Gaya Berpakaian Mahasiswa UIN Satu Tulungagung)

1.5 Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dan memberikan kejelasan kepada pembaca, beberapa istilah kunci dalam penelitian ini perlu ditegaskan secara konseptual :

Untuk menghindari kesalahpahaman dan memberikan penjelasan kepada pembaca maupun periset selanjutnya, Adapun beberapa istilah kata kunci pada penelitian ini yang perlu ditegaskan secara konseptual yakni memberikan definisi dan penjelasan tentang istilah yang digunakan pada penelitian ini. Tujuan dari proses ini adalah untuk menghindari kebingungan atau ambiguitas, memastikan semua pembaca memiliki pemahaman yang sama tentang istilah yang digunakan :

1. Komunikasi Non Verbal

Bermaksud untuk menyampaikan pertukaran informasi tanpa berucap, berkaitan dengan fashion sebagai identitas diri yang dikenakan setiap masing-masing individu, penampilan setiap individu membawa pesan untuk individu lainnya. Mempengaruhi pandangan orang lain, sebagai bentuk pengungkapan dalam identitas pada diri.

2. Komunikasi Artifaktual

Komunikasi Artifaktual merupakan cara menyampaikan pesan melalui barang-barang atau penampilan, seperti pakaian, baju atasan dan bawahan. Apa yang dikenakan bisa menggambarkan banyak hal tentang diri individu masing-masing apakah terlihat stylish, santai, atau formal. Ini juga dapat mencerminkan status sosial atau nilai-nilai yang dipegang.

Dengan demikian, orang lain bisa memahami pesan tertentu hanya dari segi penampilan. Ini menjadi cara non-verbal yang efektif untuk memberi tahu orang tentang diri kita tanpa perlu berbicara.

3. OOTD (Outfit Of The Day)

Mengacu, trend fashion yang tengah berkembang dan viral di media sosial TikTok, Instagram, Maupun aplikasi sosial media lainnya. Melihat perkembangan fashion yang sedang terkenal saat ini bisa untuk menjadikan referensi untuk para mahasiswa, memiliki ketertarikan untuk mendaptasi OOTD tersebut, karena berusaha tampil lebih baik di publik dapat menciptakan karakter setiap masing-masing individu, dapat menjadikan sebagai identitas diri ketika tampil dipublic, namun tetap mencerminkan mahasiswa UIN Tulungagung.

1.6 Sitematika Penulisan

Dirancang agar mudah untuk memahami isi penelitian ini. Disusun enam bab, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab I peneliti memberikan pemaparan penelitian. termasuk latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan keuntungan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Peneliti menemukan literatur review yang berkaitan dengan subjek penelitian. Didasarkan pada buku teks, teori besar, artikel jurnal, dan penelitian terdahulu. Teori-teori ini berfungsi sebagai bahan untuk diskusi atau membahas temuan penelitian lapangan.

BAB III METODE PENELITIAN

Memberikan penjelasan metodologi, termasuk metode, jenis penelitian, subjek dan lokasi penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, analisis data, validasi data, pengecekan keabsahan, tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Mencari informasi baru. Oleh karena itu, temuan penelitian harus dijelaskan. Jumlah hasil yang diuraikan harus sesuai dengan fokus dan identifikasi masalah penelitian. Jika kredibilitas informan telah diuji, temuan dapat disajikan dengan menggunakan foto-foto, dokumentasi, atau kutipan wawancara dari informan tersebut. Selanjutnya, setiap temuan harus dijelaskan untuk menjelaskan dan mendukung penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi Pendapat informan yang terpercaya. Memberikan penjelasan dan dukungan untuk hasil. Menguji hasil penelitian dengan penelitian tedahulu, pendapat para ahli. Hasil penelitian dan teori dapat memperkuat hubungan, atau mungkin bertentangan dan menunjukkan perbedaan.

BAB VI PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran. Peneliti menyampaikan penelitian secara keseluruhan dan memberikan saran dalam penelitian.