

ABSTRAK

FASHION SEBAGAI KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh:

REZA KURNIA SANDY

Fashion merupakan tampilan atau gaya pakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Namun di lingkungan kampus mahasiswa harus mengikuti aturan yang telah ditetapkan sehingga mahasiswa tidak bisa seenaknya dalam menggunakan fashion oleh sebab itu ini menjadi hal yang perlu dikaji. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana fashion sebagai media komunikasi artifaktual dalam pembentukan identitas sosial pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi penelitian. Pada penelitian ini teori yang digunakan adalah teori Interaksi Simbolik dan dibagi menjadi 3 yaitu mind, self, society. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi artifaktual didasari dari keinginan diri sendiri kemudian memiliki tujuan yang berbeda, mulai menjadikan fashion sebagai tujuan daripada peningkatan penjualan, endorsement, serta edukasi genre fashion kepada masyarakat kampus terkhusus mahasiswa. Tujuan tersebut dibawa oleh mahasiswa untuk menarik minat pembeli pada kalangan masyarakat kampus. Artifaktual yang ditampilkan melalui memiliki karakter yang beragam dengan penunjang aksesoris yang dipergunakan sebagai penguat karakter seperti riasan wajah. Fashion sebagai komunikasi artifaktual dalam pembentukan identitas diri mahasiswa ilmu komunikasi FISIP universitas Lampung memiliki identitas yang terdiri dari :street style, mamba style, chic bumi style, kue style.

Kata kunci: Fashion, Komunikasi Artifaktual, Pembentukan Identitas

ABSTRACT

FASHION AS ARTIFACTUAL COMMUNICATION IN THE ESTABLISHMENT OF SELF-IDENTITY OF COMMUNICATIONS STUDENTS IN FISIP UNIVERSITY OF LAMPUNG

By

REZA KURNIA SANDY

Fashion is the appearance or style of clothing that is used every day by someone, be it in their daily life or during certain events with the aim of enhancing appearance. However, in the campus environment students must follow the rules that have been set so that students cannot go around in using fashion, therefore this is something that needs to be studied. The purpose of this study is to describe how fashion as an artifactual communication medium in the formation of social identity in students of the Department of Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences, University of Lampung. This research approach is a qualitative approach that is descriptive. The data collection process was carried out by means of observation, interviews, and research documentation. In this study the theory used is the theory of symbolic interaction and is divided into 3 namely mind, self, society. After the data is collected then analyzed to get a conclusion. The results of the study show that artifactual communication is based on one's own desires and then has a different goal, starting to make fashion a goal rather than increasing sales, endorsement, and educating the fashion genre to the campus community, especially students. This goal was brought by students to attract buyers in the campus community. The artifacts shown through have various characters with supporting accessories that are used as character reinforcements such as facial makeup. Fashion as an artifactual communication in the formation of self-identity of FISIP students of Lampung University has an identity consisting of: street style, mamba style, chic bumi style, kue style.

Keywords: Fashion, Artifactual Communication, Identity Formation