

ABSTRAK

FASHION STYLE SEBAGAI KOMUNIKASI NONVERBAL DALAM MEMBENTUK IDENTITAS DIRI (Kajian Komunikasi Interaksi Simbolik Pada Penggunaan Tren Fashion Era 90-An Dan 2000-An Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Angkatan 2021 - 2023)

Oleh

M Malvin Radjasa Ranadireksa

Fashion tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan berpakaian, tetapi juga berperan sebagai media komunikasi nonverbal yang mengandung makna simbolik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung memahami fashion dari era 90-an dan 2000-an sebagai simbol dalam membentuk identitas diri serta bagaimana simbol-simbol fashion tersebut digunakan dan dinegosiasikan dalam interaksi sosial sehari-hari. Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik milik George Herbert Mead yang menekankan pada tataran konsep *mind*, *self*, dan *society* dalam proses pembentukan makna simbol. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui proses wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki ketertarikan dan menggunakan gaya fashion era 90-an dan 2000-an dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan informan dalam praktik penggunaan fashion sebagai bentuk ekspresi diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi memaknai fashion era 90-an dan 2000-an sebagai simbol komunikasi nonverbal yang berfungsi untuk mengekspresikan identitas diri, karakter, dan citra sosial. Fashion digunakan sebagai sarana untuk menunjukkan keunikan, kenyamanan, serta nilai-nilai yang ingin ditampilkan kepada lingkungan sekitar. Selain itu, penggunaan simbol-simbol fashion juga mengalami proses negosiasi, di mana mahasiswa menyesuaikan gaya berpakaian dengan situasi sosial, norma, dan etika akademik di lingkungan kampus. Proses ini menunjukkan bahwa fashion berperan sebagai simbol yang dinamis dan kontekstual dalam interaksi sosial mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa fashion era 90-an dan 2000-an memiliki peran penting sebagai media komunikasi nonverbal yang berkontribusi dalam pembentukan identitas diri dan identitas sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

Kata Kunci: Fashion, Komunikasi Nonverbal, Identitas Diri, Interaksi Simbolik, Mahasiswa Ilmu Komunikasi

ABSTRACT

“ FASHION STYLE AS NONVERBAL COMMUNICATION IN SHAPING SELF-IDENTITY A SYMBOLIC INTERACTIONISM STUDY ON THE USE OF 1990S AND 2000S FASHION TRENDS AMONG COMMUNICATION STUDIES STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF LAMPUNG, COHORTS 2021–2023 ”

By

M Malvin Radjasa Ranadireksa

Fashion does not merely function as a means of fulfilling clothing needs, but also serves as a form of nonverbal communication that carries symbolic meanings. This study aims to examine how Communication Studies students at the University of Lampung perceive 1990s and 2000s fashion as a symbol in shaping self-identity, as well as how these fashion symbols are used and negotiated in everyday social interactions. This research is grounded in George Herbert Mead's symbolic interactionism theory, which emphasizes the concepts of mind, self, and society in the process of meaning construction. This study employs a qualitative research approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving Communication Studies students who have an interest in and apply 1990s and 2000s fashion styles in their daily lives. Informants were selected using purposive sampling based on their engagement in fashion as a form of self-expression. The findings indicate that Communication Studies students interpret 1990s and 2000s fashion as a form of nonverbal communication used to express self-identity, personal character, and social image. Fashion is utilized as a medium to convey individuality, comfort, and values that students wish to present to their social environment. Furthermore, the use of fashion symbols involves a negotiation process, in which students adjust their clothing styles according to social situations, norms, and academic ethics within the campus environment. This process demonstrates that fashion functions as a dynamic and contextual symbol in students' social interactions. In conclusion, this study reveals that 1990s and 2000s fashion plays a significant role as a nonverbal communication medium that contributes to the formation of self-identity and social identity among Communication Studies students at the University of Lampung.

Keywords: *Fashion, Nonverbal Communication, Self-Identity, Symbolic Interactionism, Communication Studies Students*