

Pemaknaan Fashionable Dalam Presentasi Diri Mahasiswa Universitas Mataram

Melissa Tita Oktavina¹, Siti Nurjannah², I Dewa Made Satya Parama³

Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram

E-mail: Melissaokta304@gmail.com

Abstrak

Akibat arus globalisasi dan modernisasi mengakibatkan perubahan fungsi pakaian yang awalnya menjadi pelindung tubuh kemudian beralih fungsi menjadi sebuah tanda status sosial, identitas diri serta keunikan pribadi. Dampak globalisasi dan modernisasi juga dirasakan oleh mahasiswa Universitas Mataram yang menggunakan penampilan *fashionable* sebagai presentasi diri yang ditampilkan di khalayak ramai. Presentasi diri yang dilakukan oleh mahasiswa dalam penampilan *fashionable* berusaha menyampaikan makna kepada orang lain tentang identitas diri dan menunjukkan kepribadian individu. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemaknaan *fashionable* sebagai presentasi diri mahasiswa Universitas Mataram serta strategi yang digunakan dalam membangun presentasi diri melalui gaya busana yang *fashionable*. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dramaturgi Erving Goffman yang melihat presentasi diri mahasiswa melalui gaya busana *fashionable*. Hasil penelitian ini menunjukkan: pertama, makna yang disampaikan dalam penampilan *fashionable* adalah Perfeksionis, *trendy*, feminim, *elegant*, *positif vibes*. Kedua, strategi yang dilakukan oleh mahasiswa dalam membangun presentasi diri melalui gaya busana yaitu: media sosial, mencari toko-toko pakaian yang murah serta promo di *E-commerce*, serta memadu padankan gaya berpakaian.

Kata kunci : *Fashionable*, Mahasiswa, Presentasi diri

Abstract

As a result of globalization and modernization, the function of clothing has changed from being a body protector to a sign of social status, self-identity and personal uniqueness. The impact of globalization and modernization is also felt by Mataram University students who use fashionable appearance as a self-presentation displayed in the public. The self-presentation carried out by students in fashionable appearance tries to convey meaning to others about self-identity and show individual personality. The purpose of this research is to find out how the meaning of fashionable as a self-presentation of Mataram University students and the strategies used in building self-presentation through fashionable clothing styles. This research uses qualitative methodology with a phenomenological approach. The theory used in this research is Erving Goffman's dramaturgy theory that looks at student self-presentation through fashionable fashion styles. The results of this study show: first, the meaning conveyed in fashionable appearance is Perfectionist, trendy, feminine, elegant, positive vibes. Second, the strategies used by students in building self-presentation through fashionable style are: social media, looking for cheap clothing stores and promos on E-commerce, and mixing and matching clothing styles.

Keywords: *Fashionable, Student, Self-presentation*

Pendahuluan

Fashion tidak dapat terlepas dari penampilan dan gaya dalam keseharian. Budaya *fashion* saat ini telah mengalami perubahan, khususnya dalam hal inklusivitas dan keberagaman. Masyarakat mempunyai kemampuan untuk memilih gaya pakaian yang beragam dan mencerminkan keunikan mereka sendiri, bahkan pada saat mereka bergabung dalam kelompok sosial atau subkultur tertentu. Pakaian juga menjadi cara untuk menunjukkan status dan memproyeksikan citra diri di kalangan masyarakat. Selain itu, *fashion* merupakan sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi oleh kaum kapitalis, sehingga *fashion* kerap dianggap sebagai cara yang digunakan untuk mengkonstruksi, dan memahami relasi sosial pada saat ini. Bahkan dapat dikatakan, orang yang ingin meningkatkan skala sosialnya akan mengenakan "*fashion*" sebagai simbol perubahan yang lebih maju seperti yang diungkapkan oleh David Chaney "Aku bergaya maka aku ada", penampakan luar merupakan hal yang penting bagi gaya hidup (Channey, 2004).

Presentasi diri mahasiswa dikenal juga sebagai *impression management* (manajemen kesan) yang dimana itu merupakan proses individu melakukan pengendalian atau pengelolaan kesan agar orang lain membentuk kesan tertentu mengenai mereka dalam interaksi sosial. Kebanyakan mahasiswa memfokuskan diri pada kesan yang ingin ditampilkan melalui perilaku publik di lingkungan sosialnya termasuk lingkungan kampus. Secara umum mahasiswa melakukan *Self Presentation* (presentasi diri) dengan tujuan agar mereka dilihat dan dinilai secara

positif oleh orang lain, sehingga akan memperoleh penghargaan (*Reward*) dari lingkungan sosialnya, seperti ingin disukai, dapat mempengaruhi orang lain, memperoleh posisi, mempertahankan status, dan sebagainya (Maryam, 2018).

Mahasiswa dalam lingkungan kampus Universitas Mataram sebagian besar merupakan individu yang sangat memperhatikan penampilan. Seperti ungkapan yang dikatakan oleh Chaney (2004) "Kamu bergaya maka kamu ada" merupakan salah satu motivasi mahasiswa Universitas Mataram melakukan *Self Presentation* dalam gaya berpakaian. Lingkungan kampus atau Universitas adalah tempat dimana seseorang atau individu harus berpenampilan baik. Pasalnya, di lingkungan kampus akan ada banyak orang yang memperhatikan penampilan luar seperti gaya berpakaian yang dikenakan, sehingga tak jarang mahasiswa melakukan *Self Presentation* ketika sedang berada di lingkungan kampus (Nadine, 2020).

Hubungan antara *fashion* dengan kehidupan mahasiswa sangat erat, karena setelah menjadi mahasiswa, biasanya akan lebih bebas terutama dalam menggunakan gaya berpakaian, sehingga *fashion* ini merupakan wadah untuk mahasiswa untuk berekspresi. Identitas diri pun dapat disampaikan melalui *fashion* yang dipakai oleh mahasiswa. Identitas diri dapat diartikan sebagai komponen yang bersifat penting serta menunjukkan identitas personal dari setiap individu. Dalam berpakaian ketika ke kampus, setiap mahasiswa tentu memiliki gaya yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memiliki makna pada identitas

dirinya. Biasanya, ketika seseorang melihat *fashion* mahasiswa tersebut, maka akan muncul kesan tertentu di dalam pikirannya. Dengan begitu, mereka akan lebih mudah diingat dari cara berpakaianya (Yahya, 2022).

Gaya berpakaian yang digunakan oleh mahasiswa di lingkungan Universitas Mataram biasanya adalah pakaian yang menjadi *trend* remaja saat ini, contohnya memakai hoodie dan totebag, pakaian casual dengan memadukan *T-shirt* dengan celana *jeans* atau celana kulot *highwaish*, baju *oversize* yang dipadukan dengan celana kulot atau jeans, kemeja dengan rok ataupun celana *chino*, gamis, dan lainnya. Namun mahasiswa dominan menggunakan gaya pakaian ala-ala korea, sehingga kesannya feminim, rapi dan tentunya *fashionable*. Perilaku tersebut membuat mereka mau tidak mau harus mengikuti gaya hidup konsumtif untuk menunjang perilaku yang selalu mengikuti *trend* kekinian. Predikat *fashionable* menjadi salah satu alasan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif pada pembelian busana dikarenakan gaya busana dari waktu ke waktu selalu mengalami perkembangan, sehingga untuk terlihat kekinian harus bisa mengikuti *trend* yang berlaku. Perkembangan ini salah satunya dipengaruhi oleh adanya arus globalisasi ekonomi dan kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan seperti industri gaya busana/*fashion*, *shopping* mall dan lain sebagainya. Hal ini tentu saja memberi dampak tersendiri dalam tuntutan gaya hidup. Walaupun demikian, adanya *trend* saat ini sering dianggap sebagai ungkapan ekspresi diri yang aneh karena jangka

waktunya yang selalu beralih lebih pendek dari musim (Sakinah, dkk. 2022).

Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana mahasiswa memaknai fashion sebagai presentasi diri di Universitas Mataram?
2. Bagaimana strategi mahasiswa dalam membangun presentasi diri melalui gaya busana yang fashionable?

Konsep dan Teori

Dalam penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi Erving Goffman. Goffman memandang bahwa kehidupan sosial sebagai rangkaian penampilan dramatis yang mirip dengan penampilan yang dipentaskan di panggung. Pengertian dramaturgi mengenai diri dibentuk oleh pendekatan dramaturgi nya (Suneki, Sri. 2012). Goffman berasumsi bahwa ketika para individu berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu pengertian diri tertentu yang akan diterima oleh orang lain. Akan tetapi, bahkan selagi mereka menyajikan diri itu, para aktor sadar bahwa para anggota audiens dapat mengganggu sandiwara mereka. Oleh karena alasan-alasan itu, para aktor menyesuaikan diri dengan kebutuhan untuk mengendalikan audiens, khususnya unsur-unsurnya yang dapat menimbulkan kekacauan. Goffman mencirikan perhatian sentral tersebut sebagai “manajemen kesan”. Hal itu meliputi teknik-teknik yang digunakan para aktor untuk memelihara kesan-kesan tertentu dalam menghadapi masalah-masalah yang mungkin mereka jumpai dan metode-metode yang mereka gunakan untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Dalam teori nya, Goffman berbicara tentang panggung depan (*Front*

stage) dan panggung belakang (*back stage*), yaitu:

1. *Front stage* (Panggung Depan)

Bagian depan adalah bagian dari sandiwara yang secara umum berfungsi dengan cara-cara yang agak baku dan umum untuk mendefinisikan situasi bagi orang-orang yang mengamati sandiwara itu. Di panggung depan, Goffman membedakan lebih lanjut bagian depan-*seting* (*setting front*) dan bagian depan-pribadi (*personal*). *Seting* mengacu kepada tempat atau situasi (*scene*) fisik yang biasanya harus sandiwara. Bagian depan-pribadi terdiri dari item-item perlengkapan ekspresif yang diidentifikasi audiens dengan para pemain sandiwara dan mengharapkan mereka membawa hal-hal itu ke *seting*. Dalam teori ini berargumen bahwa orang pada umumnya berusaha menyajikan gambaran diri yang diidealkan di dalam sandiwara mereka di panggung bagian depan mau tidak mau mereka merasa bahwa mereka harus menyembunyikan berbagai hal di dalam sandiwara mereka. Pertama, para aktor mungkin ingin menyembunyikan kesenangan-kesenangan rahasia (misal, lebih suka memakai pakaian yang biasa-biasa saja) yang tidak cocok dengan sandiwara mereka. Kedua, para aktor mungkin ingin menyembunyikan kesalahan-kesalahan yang telah mereka buat di dalam persiapan sandiwara dan juga langkah-langkah yang telah diambil untuk mengoreksi kesalahan-kesalahan itu. Ketiga, para aktor mungkin merasa perlu menunjukkan produk-produk akhir saja dan menyembunyikan proses yang dilalui dalam menghasilkannya (misalnya ketika individu ingin hang-out atau bepergian

keluar, ia akan mempersiapkan dirinya sebaik mungkin untuk ditampilkan pada khalayak ramai). Keempat, mungkin perlu bagi para aktor untuk menyembunyikan dari para audiens bahwa “pekerjaan kotor” telah dilakukan di dalam membuat produk-produk akhir. Pekerjaan kotor mungkin termasuk tugas-tugas yang “secara fisik tidak bersih, semi-legal, kejam, dan merendahkan martabat dengan cara-cara lain”. Kelima, dalam memberikan sandiwara tertentu, para aktor mungkin terpaksa membiarkan standar-standar lain melenceng. Akhirnya, para aktor mungkin merasa perlu untuk menyembunyikan setiap cercaan, penghinaan, atau perjanjian-perjanjian yang dibuat agar sandiwara dapat terus berlangsung. Pada umumnya, para aktor mempunyai kepentingan dalam menyembunyikan fakta-fakta itu dari para audiens nya. Goffman mengakui bahwa panggung depan mengandung anasir struktural dalam arti bahwa panggung depan cenderung terlembagakan alias mewakili kepentingan kelompok atau organisasi. Sering ketika aktor melaksanakan perannya, peran tersebut telah ditetapkan lembaga tempat dia bernaung. Meskipun berbau struktural, daya tarik pendekatan Goffman terletak pada interaksi. Ia berpendapat bahwa umumnya orang-orang berusaha menyajikan diri mereka yang diidealisasikan dalam pertunjukan mereka di panggung depan, merasa bahwa mereka harus menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukannya.

2. *Back stage* (Panggung Belakang)

Back stage adalah suatu area di dalam teori dramaturgi yang merujuk pada

ruang di mana individu dapat merasa lebih bebas untuk menjadi diri mereka yang sebenarnya. Di belakang layar, peran-peran sosial yang dijaga dengan hati-hati dalam kehidupan sehari-hari dapat ditanggalkan. Dalam *back stage*, individu tidak merasa perlu untuk terus memainkan peran sosial yang mereka tampilkan di depan orang lain. Ini adalah ruang tempat interaksi sosial yang lebih santai, tanpa tekanan untuk mempertahankan citra atau penampilan tertentu. Misalnya, dalam konteks sosial, seorang guru dapat menjalani peran profesional yang tegas dan otoritatif di depan siswa di kelas (*front stage*). Namun, di belakang layar, di ruang guru, ia mungkin berinteraksi dengan kolega secara lebih santai dan berbicara tentang hal-hal pribadi tanpa perlu mempertahankan sikap otoritatifnya.

Goffman mendiskusikan bahwa panggung belakang (*back stage*) adalah tempat fakta-fakta yang ditindas di panggung bagian depan atau berbagai jenis tindakan-tindakan informal bisa kelihatan. panggung belakang biasanya berdekatan dengan panggung depan, tetapi juga merupakan jalan pintasnya. Para pemain sandiwara dapat berharap dengan cara yang dapat dipercaya tidak ada anggota audiens panggung bagian depannya tampak di panggung bagian belakang. Selanjutnya, mereka melakukan berbagai tipe manajemen kesan untuk memastikan hal itu. Suatu sandiwara kemungkinan besar sulit dilakukan bila para aktor tidak mampu mencegah audiens memasuki panggung bagian belakang.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, tindakan secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2022).

Pendekatan fenomenologi lebih mengutamakan mencari, mempelajari, dan menyampaikan arti fenomena, peristiwa yang terjadi dan hubungannya dengan orang-orang biasa dalam situasi tertentu (Eko Sugiarto, 2015). Peneliti menggunakan fenomenologi karena ingin mengetahui dan memahami makna dari sebuah pengalaman individu, juga menggambarkan secara jelas tentang objek penelitian melalui fenomena yang dialami.

Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa temuan penelitian sebagai berikut :

1. Pemaknaan *fashionable* dalam presentasi diri mahasiswa Universitas Mataram adalah sebagai berikut:

a. Perfeksionis

Salah satu makna yang ditampilkan oleh mahasiswa dalam presentasi diri pada gaya pakaian yang *fashionable* adalah perfeksionis. Penampilan *fashionable* bagi mahasiswa di lingkungan kampus tidak hanya sekedar gaya, tetapi

juga mencerminkan makna perfeksionis. Mahasiswa yang peduli dengan penampilan mereka menunjukkan komitmen terhadap kesempurnaan, mencerminkan nilai-nilai seperti disiplin, tanggung jawab, dan sikap perfeksionisme. Perfeksionis merupakan sebutan bagi orang-orang yang menginginkan standar tinggi dan sempurna dari dirinya sendiri ataupun dari orang lain. Dalam makna perfeksionis yang ditampilkan oleh mahasiswa Universitas Mataram pada gaya fashionable, mahasiswa Universitas Mataram berusaha mengungkapkan dirinya sebagai individu yang memiliki standar tinggi dan membutuhkan kesempurnaan dalam setiap gaya berpakaian. Dalam hal ini, gaya berpakaian yang dikenakan tentunya memiliki standar tinggi dan kesempurnaan pada setiap sisi yang ia kenakan, misalnya kesempurnaan dalam hal perpaduan atasan dan bawahan yang membuat kesannya menarik terlebih lagi perpaduan warna yang dikenakan pada atasan dan bawahan yang kemudian menciptakan kesan sempurna pada gaya berpakaian yang dikenakan, model pakaian yang digunakan juga biasanya model yang tidak pasaran dan bermerk. Perfeksionis memang sebuah sifat kepribadian sehingga dalam hal bergaya pakaian, mahasiswa Universitas Mataram yang menampilkan makna

perfeksionis dalam gaya berpakaian berusaha mengungkapkan kepribadian yang unik kepada orang lain, dengan menjadi pribadi yang perfeksionis membuat mahasiswa memiliki ketelitian serta standar yang tinggi dan kesempurnaan yang diatas rata-rata. Hal ini yang biasanya membuat individu atau mahasiswa yang memiliki kepribadian perfeksionis berbeda dengan yang lainnya, karena mahasiswa dengan kepribadian perfeksionis akan sangat teliti terutama dalam hal berpenampilan, sehingga dalam bergaya pakaian *fashionable*, mahasiswa yang perfeksionis menampilkan dirinya yang sangat rapi serta modis.

b. Trendy

Mahasiswa Universitas Mataram tidak hanya menampilkan makna perfeksionis melainkan makna *trendy*, mahasiswa yang mengadopsi gaya berpakaian trendy menunjukkan bahwa mereka individu yang peka terhadap perkembangan zaman dan perubahan dalam lingkungan sosial mereka. Dari beberapa observasi dan wawancara yang telah dilakukan, ada beberapa mahasiswa yang merasa insecure terhadap penampilan mereka, hal ini dikarenakan penampilannya berbeda dengan lingkungan tempat ia berada, sehingga dari permasalahan tersebut yang membuat banyaknya mahasiswa mengikuti perkembangan gaya

fashion terkini, selain untuk mengupgrade penampilan namun diyakini bahwa sebagai cara agar diterima oleh lingkungannya. Dalam kesimpulannya, pemaknaan *trendy* pada gaya pakaian yang digunakan oleh mahasiswa memiliki dampak positif yang signifikan dalam membentuk presentasi diri. Gaya pakaian yang *trendy* bukan hanya tentang mengikuti tren, tetapi juga tentang mengekspresikan diri, meningkatkan kepercayaan diri, dan bersosialisasi dengan lingkungan sekitar.

c. Elegant

Pada makna elegant, mahasiswa yang berpenampilan elegant cenderung lebih mudah diterima di berbagai kelompok sosial, baik dalam lingkup kampus maupun diluar kampus. Pada observasi dan wawancara yang telah dilakukan, mahasiswa dengan penampilan elegant seringkali menggunakan pakaian blouse dan kemeja dengan perpaduan celana kulot highwaish ataupun kulot dengan bahan ringan sebagai strategi dalam presentasi dirinya. Pemilihan blouse dan kemeja sebagai bagian dari presentasi diri mahasiswa memiliki dampak signifikan dalam membangun kesan elegan. Hal ini berdasarkan bahwa pakaian formal dengan potongan dan desain yang tepat dapat mempengaruhi persepsi orang terhadap seseorang. Aksesoris juga berperan penting

dalam membangun kesan elegan, seperti tas, sepatu hak tinggi, dan jam tangan sering dianggap sebagai pelengkap yang sempurna untuk mencapai tampilan yang elegan. Dengan demikian, kombinasi blouse dan kemeja yang tepat dengan aksesoris yang mendukung dapat menjadi strategi yang efektif dalam membangun presentasi diri yang elegan pada wanita, menciptakan kesan profesional dan percaya diri.

d. Feminim

Pemaknaan feminim dalam gaya pakaian mahasiswa memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk presentasi diri, mencerminkan identitas gender, dan menyampaikan pesan tentang bagaimana individu tersebut ingin dilihat. Penggunaan warna-warna lembut, potongan pakaian yang feminin, dan aksesoris yang mencerminkan kelembutan dapat menjadi bentuk ekspresi diri yang otentik terkait dengan femininitas. Pemaknaan feminim pada gaya pakaian juga mencerminkan penghargaan terhadap ragam pilihan gaya di antara mahasiswa. Beberapa mahasiswa merasa nyaman dan kuat dengan gaya pakaian yang feminin, sementara yang lain mungkin memilih gaya yang lebih netral atau maskulin. Dalam kesimpulannya, pemaknaan feminin pada gaya pakaian mahasiswa tidak hanya menciptakan ruang untuk ekspresi identitas gender, tetapi juga

melibatkan perempuan dalam perjalanan pemberdayaan dan penentangan terhadap stereotip gender. Pilihan gaya pakaian yang feminin dapat menjadi bentuk dukungan terhadap keragaman identitas gender dan mendukung penciptaan lingkungan kampus yang inklusif dan penuh penghargaan.

e. *Positive vibes*

Positif vibes dalam gaya pakaian *fashionable* yang ditampilkan oleh mahasiswa di lingkungan Universitas Mataram tidak hanya sekadar tampilan visual, tetapi mencerminkan aspek yang lebih dalam dalam pemakaian dan presentasi diri. Gaya pakaian *fashionable* yang memancarkan *positif vibes* menjadi bagian integral dari identitas mahasiswa, menciptakan atmosfer positif dan mendukung pengalaman kuliah yang lebih memuaskan. Selain itu, gaya berpakaian yang positif juga dapat meningkatkan kepercayaan diri. Keyakinan diri yang tinggi dapat berdampak pada kinerja akademis, relasi sosial, dan keterlibatan dalam kegiatan kampus. Selanjutnya, gaya berpakaian yang menonjolkan kesan positif juga dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi teman-teman para informan, karena ketika mereka menunjukkan kepedulian terhadap penampilannya, hal ini dapat menjadi contoh yang menginspirasi orang lain untuk melibatkan diri dalam usaha perawatan diri dan

membentuk suasana lingkungan yang positif secara kolektif. Dalam kesimpulannya, perbedaan kesan positif *vibes* dengan beberapa kesan lainnya pada pemaknaan *fashionable* dalam presentasi diri adalah kesan positif *vibes* lebih menekankan ekspresi diri yang positif tanpa harus terikat oleh detail, keselarasan dalam berpakaian, kesesuaian trend, feminitas, dan keanggunan. Dalam kata lain, makna positif *vibes* yang dimunculkan oleh mahasiswa dalam gaya berpakaian semata-mata karena ingin menyampaikan ekspresi positif tanpa harus terikat oleh kesesuaian trend, pribadi perfeksionis, elegant, maupun feminis, sehingga dalam bergaya pakaian mahasiswa yang menampilkan makna positif *vibes* tidak terlalu terpaku pada standar-standar tertentu.

2. Strategi mahasiswa Universitas Mataram dalam presentasi diri

a. Media Sosial

Media sosial mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang gaya berpakaian mahasiswa saat ini. Selain itu, dalam wawancara yang sudah dilakukan diketahui bahwa informan melakukan scrolling atau menelusuri hastag yang terkait untuk bisa menemukan konten-konten atau inspirasi yang cocok untuk ia gunakan, pada kegiatan scrolling informan mendapatkan sebuah inspirasi dari konten-konten influencer serta selegram

yang membagikan konten yang berhubungan dengan *fashion*, sehingga dari sana informan gunakan sebagai inspirasi gaya berpakaian yang akan dikenakan atau padu padankan dengan yang mereka punya. Kemudian dalam melakukan penelusuran hastag, informan awalnya melakukan scrolling serta menelusuri akun-akun influencer, mencari-cari *outfit* yang cocok dengan mereka, kemudian informan akan menelusuri hastag yang ditautkan oleh para pengunggah konten *fashion* tersebut, sehingga dari sana informan juga bisa memperluas ide-ide ataupun inspirasi yang akan diaplikasikan pada gaya berpakaian yang mereka gunakan. Selain itu, mahasiswa juga memanfaatkan aplikasi Lemon8 untuk mencari kebutuhan-kebutuhan terkait inspirasi dan kebutuhan *fashion* mereka, gaya apa yang cocok dengan bentuk tubuh, pemilihan warna yang cocok dengan jenis kulit, serta gaya pakaian yang sedang trendy saat ini.

- b. Mencari toko pakaian murah dan promo di *E-commerce*

Dalam berpenampilan tentunya mahasiswa memerlukan sumber daya berupa dana yang diperuntukkan untuk mencukupi kebutuhan sandang nya atau pakaian serta penampilannya, sehingga mahasiswa pun harus mempunyai strategi yang baik guna mengatur keuangannya dalam kebutuhan makan, kampus, serta

penampilannya. Strategi yang digunakan oleh para informan adalah dengan mencari toko-toko dengan harga murah dan sesuai budget mahasiswa, mencari promo-promo di *E-commerce*, membeli pakaian *trifthing*.

- c. Memadu padankan gaya pakaian

Dalam menunjang penampilannya, informan melakukan memadu padankan pada gaya berpakaian, hal ini dilakukan karena informan tidak selalu memiliki pakaian yang sama dengan inspirasi yang mereka dapatkan di media sosial sehingga memadu padankan adalah jalan satu-satunya selain membeli pakaian yang sama dengan yang *trend* sekarang. Dalam memadupadankan *outfit*, mahasiswa mengutamakan kenyamanannya dalam mengikuti trend yang ada, sehingga mahasiswa memilih gaya yang dirasa cukup nyaman digunakan. selain mengutamakan kenyamanan, mahasiswa juga melakukan perpaduan pada gaya berpakaian adalah untuk terlihat menarik. Perpaduan gaya berpakaian ini dinilai bisa menarik perhatian, dikarenakan dengan memadupadankan gaya berpakaian, mahasiswa telah menuangkan kreatifitas di tengah-tengah trend fashion yang berlaku, sehingga menjadi menarik dan merasa nyaman adalah tujuan utamanya.

Kesimpulan

Pemakaian *fashionable* dalam presentasi diri mahasiswa melalui gaya berpakaian dapat diartikan sebagai cara untuk mengekspresikan identitas dan menunjukkan kepribadian. Pemilihan busana bisa mencerminkan selera, ketertarikan, dan kepribadian unik yang menciptakan citra diri yang diinginkan. Pemakaian *fashionable* ini tentu bersifat subjektif dan dapat bervariasi antarindividu. Bagi sebagian mahasiswa, aspek ini bisa menjadi wujud kreativitas dan kebebasan berekspresi, sementara bagi yang lain, itu lebih bersifat fungsional atau mengikuti norma sosial, sehingga dapat dikatakan bahwa pemakaian *fashionable* dalam presentasi diri mahasiswa melibatkan elemen psikologi, sosial, dan kultural yang kompleks, yang dapat berubah seiring waktu dan pengalaman hidup.

Daftar Pustaka

Adetya, Cut. (2020). "Fashion Sebagai Media Komunikasi Arti Faktual Dalam Pembentukan Identitas Sosial Islam (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)". Skripsi. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada

Chaney, David. (1996). *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Bandung: Jala Sutra.

Damsar. (2015). *Pengantar: Teori Sosiologi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Danesi, Marcel. (2011). *Pesan, Tanda, dan Makna Teori Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Jakarta: Jalasutra.

Dita Putri Bestari, (2018) "Manajemen Kesan Dalam Dramaturgi Pekerja Seks Komersial "Ayam Kampus". Universitas Negeri Jakarta.

Eco, Umberto. (2009). *Teori Semiotika : Signifikasi Komunikasi, Teori Kodem a Teori Produksi Tanda*, Yogyakarta : Kreasi Wacana.

Fella Ridalva dkk, (2023). "Eksplorasi Constructive Editing Pada Film Batapatih". Sumatera Barat, Institut Seni Indonesia Padang Panjang.

Ganevi P. Artika (2020). "Pemakaian Gaya Hidup Fashion Mahasiswa Surabaya". Surabaya. Perpustakaan Universitas Airlangga.

Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Muhadjir, Neong. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.

Moleong, J Lexy. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

_____. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

_____. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, Dedy. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oktialista, Yovi. dkk. (2019). "Makna Stylish di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang". Jurnal Antropologi, Vol. 1 No. 1
- Qurrata Aini. (2014). "Presentasi Diri "Ayam Kampus" (Studi Dramaturgi Mengenai Perilaku Menyimpang Mahasiswi di Pekanbaru)". JOM FISIP UR1
- Rahayu, Sri. (2018). "Panggung Depan Dalam Tampilan Instagram (Studi Analisis Teori Dramaturgi)". Universitas Sumatra Utara Medan.
- Ritzer, (2004). Teori Sosiologi Modern. Jakarta : Gramedia.
- Ritzer, George, Jeffrey Stepnisky. (2018). Teori Sosiologi edisi 10. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ritzer, George. (2012). Teori Sosiologi (Dari sosiologi klasik sampai perkembangan postmodern). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rohmad Wijaya, Dhanang. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Barokah, Mangunsuman, Siman, Ponorogo). Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Sri Budi Lestari. (2015). "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Di Kalangan Mahasiswa". Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 14 No. 3. Fisip Undip: Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Sugiono. (2009). "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D". Bandung:
- Suharrianto A, Imam. (2016). Pemaknaan Gaya Busana Modernisasi (Studi Kasus Pada Mahasiswi Ditengah Arus Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar). Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Suharrianto A. Imam. (2016). "Pemaknaan Gaya Busana Mahasiswi Ditengah Arus Modernisasi (Studi Kasus Pada Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Alauddin Makassar)". Skripsi. Program Studi Sosiologi Agama Uin Alauddin Makasar.
- Syahputri, F. (2019). Penampilan Mahasiswa Clubbers Di Kota Malang (Studi Dramaturgi Terhadap Clubbers Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang). Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang
- Syahputri, Faramita. (2019). "Penampilan Mahasiswa Clubbers di Kota Malang (Studi Dramaturgi Terhadap Clubbers Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)". Universitas Muhammadiyah Malang.
- Syarafa. Adhrianti. dkk. (2020). Fashion sebagai komunikasi identitas sosial mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. Jurnal Kaganga, Vol. 4, No. 2
- Wirarti, Anindhita. (2018). "Dramaturgi di Balik Kehidupan Social Climber". Jurnal Komunikasi dan Bisnis 6, no.1: 4
- Yusuf, Muh. (2018). Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Deskriptif Pada

Mahasiswa Kost Di Kelurahan
Samata Kecamatan Somba Opu
Kabupaten Gowa). Skripsi.
Universitas Islam Negeri Alauddin
Makassar.