

TOPIK UTAMA

FASHION SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI NON VERBAL IDENTITAS DIRI

Happy Prasetyawati dan Yesica Verawaty Sitinjak

STIKOM InterStudi

email: Happy.p.hendrotomo@gmail.com; yesicasitinjak@gmail.com

ABSTRAK

Fashion merupakan suatu hal yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari manusia, seperti halnya pakaian, aksesoris, sepatu, tas, hingga gaya rambut. Setiap orang memiliki sesuatu dalam dirinya yang ingin ditunjukkan melalui fashion yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana seseorang menggunakan fashion (mulai dari pakaian, sepatu, aksesoris, gaya rambut, dan tas) sebagai media komunikasi non verbal untuk menunjukkan identitas dirinya kepada orang lain, serta hambatan yang ditemui ketika mengenakan fashion sesuai dirinya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data penelitian dikumpulkan dengan melakukan wawancara kepada informan mahasiswa Universitas Bina Nusantara, mahasiswi Universitas Indonesia, yang terkenal sebagai universitas dengan mahasiswa fashionable, seorang influencer di media sosial, dan seorang fashion desainer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memang benar seseorang menggunakan fashion untuk berkomunikasi secara non verbal mengenai identitas dirinya. Setiap orang berusaha menampilkan sisi terbaiknya dan sisi unik dirinya melalui fashion yang dikenakan dari kepala hingga kaki. Dengan memiliki selera fashion sendiri, orang lebih mudah dikenali dengan ciri khasnya menggunakan fashion. Meski demikian, dalam penggunaan fashion terdapat juga hambatan yang dirasakan. Hambatan ini membuat sulit untuk mengeksplor dengan lebih jenis fashion yang diinginkan dan sesuai diri masing-masing. Adapun hambatannya yang dirasakan mulai dari dari rasa percaya diri, hingga perkataan orang di sekitarnya.

Kata Kunci: Fashion, Komunikasi, Non Verbal, Identitas Diri

PENDAHULUAN

Fashion merupakan suatu hal yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia setiap harinya. Setiap hal seperti baju, aksesoris, sepatu, tas, gaya rambut yang digunakan seseorang disesuaikan dengan selera masing – masing. Saat ini busana yang digunakan setiap orang bukan lagi hanya sekedar kebutuhan untuk penutup tubuh semata. Setiap orang

menggunakan jenis fashion tertentu bukan hanya untuk sebuah kenyamanan saja, tetapi juga bermakna konotasi seakan mengucapkan banyak hal tentang siapa diri kita sebenarnya. Seorang ahli semiotika, Umberto Eco, memberikan pernyataan “*I speak through my clothes*” (aku berbicara melalui pakaianku). Hal ini menunjukkan bahwa fashion/ busana yang tiap orang gunakan artinya kita menunjukkan sebuah pesan, identitas baik

sebagai individu maupun kelompok (Alhogbi, 2017).

Fashion mengacu pada sebuah kegiatan yang melakukan sesuatu bukan hanya sekedar benda. *Fashion* merupakan alat komunikasi non verbal yang dapat mencerminkan siapa diri pemakainya. Hal ini dilihat dari cara berpakaian. *Fashion* menjadi suatu gambaran mengenai diri untuk orang lain yang dijumpai. Gaya berpakaian atau berbusana menjadi satu aspek penilaian awal seseorang. Saat pertama kali berjumpa dengan seseorang, hal yang dilihat adalah penampilannya. Tak jarang seseorang mencoba untuk mendeskripsikan orang lain melalui pakaian yang ia kenakan, begitupun sebaliknya. (Christiany, 2015)

Fashion merupakan suatu hal dianggap bisa menyampaikan makna ataupun maksud tertentu oleh si pemakainya. Seperti contoh, anak punk yang identik dengan gaya busana baju dan celana yang berwarna hitam. Warna tersebut menampilkan pesan akan sebuah kebebasan. Selain itu *fashion* juga mencerminkan suasana hati pemakainya. Saat memilih model dan warna pakaian yang ingin dikenakan ataupun bagian *fashion* lainnya, secara tidak sadar telah berusaha mencerminkan suasana hati pemakainya melalui pakaian yang dikenakan, tempat yang akan dikunjungi, situasi yang dihadapi baik

formal ataupun informal ataupun identitas yang dimiliki (Hasyim, 2017).

Fashion khususnya pakaian, adalah bagian dari kehidupan manusia yang saat ini sangat penting. Setiap harinya seseorang selalu memilih pakaian yang akan digunakan sesuai dengan kondisi yang akan dijalani. Mulai dari suasana hati, siapa yang akan ditemui, situasi apa yang akan dihadapi, baik formal ataupun informal, serta tempat yang akan dikunjungi. Semua hal tersebut membuktikan bahwa *fashion* atau pakaian yang dikenakan tak hanya berguna menjadi pakaian penutup tubuh semata, melainkan alat untuk penampilan seseorang mengikuti situasi, identitas dirinya hingga tempat di mana dirinya berada. Dengan *fashion* yang digunakan, seseorang berkomunikasi secara non verbal untuk menunjukkan identitas dirinya serta cerminan kepribadian kepada orang lain (Budi et al., 2014).

Identitas diri merupakan suatu ciri dan karakter, interaksi sosial, posisi, dan keanggotaan dalam kelompok sosial yang menentukan siapa diri seseorang. Identitas membentuk konsep diri seseorang yang akan dijelaskan dengan berbagai cara dan digambarkan dalam pemikiran seseorang ketika memikirkan dirinya. Dengan begitu, identitas diri terbentuk melalui pengaruh dari

karakter seseorang, lingkungan yang ditinggali, dan pemikirannya sendiri terkait dirinya sendiri. *Fashion* menjadi satu hal yang penting dalam menunjukkan identitas diri. Identitas di sini merupakan ciri khas seseorang yang diperoleh lewat gaya berpakaian dan style pada dirinya mulai dari ujung rambut hingga kaki (Monica, 2018).

Jika seorang wanita menggunakan blazer, kemeja, rok, dilengkapi dengan aksesoris seperti jam tangan dan sepatu hak tinggi, orang akan menilai bahwa wanita tersebut adalah seorang wanita karier. Seseorang yang menggunakan kaos, celana *jeans*, serta sepatu *sneakers*, orang sering menilainya sebagai seorang mahasiswa. Inilah mengapa *fashion* juga disebut sebagai media komunikasi non verbal seseorang untuk menunjukkan identitas diri, meskipun tak selalu apa yang dipikirkan oleh orang lain mengenai seseorang melalui pakaian yang digunakan adalah benar adanya (Adhityo, 2012).

Seiring perkembangan zaman, *fashion* juga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Masuknya budaya – budaya baru memunculkan tren *fashion* yang baru juga. Ini membuat orang tak jarang mengikuti tren *fashion* yang sedang digandrungi. Mereka secara konstan terus mencari dan mengikuti

gaya busana yang trendi sebagai wujud ikut serta akan kemajuan zaman. Hal tersebut tak jarang membuat sebagian individu merasa cemas dan tak sanggup untuk mengikuti semua tren yang ada. Selain itu, dengan tren *fashion* yang kian hari makin unik (Budi et al., 2014).

Fashion sebagai bentuk komunikasi non verbal dari penggunaannya untuk menunjukkan nilai, status, identitas diri dan perasaan kepada orang lain. Identitas diri merupakan suatu hal yang penting untuk ditunjukkan saat hidup dalam masyarakat, di mana identitas tak jarang menjadi tolak ukur penilaian pada sebuah hubungan ataupun interaksi. Dikarenakan *fashion* bisa menjadi suatu bentuk pengekspresian suatu hal yang tidak harus dikatakan secara langsung, maka *fashion* sering dipakai sebagai bentuk penampilan identitas diri dari orang yang bersangkutan. Dengan memakai jenis pakaian tertentu, orang lain dapat mengetahui identitas diri dan kepribadian dirinya. *Fashion* menjadi hal penting dalam kehidupan seseorang saat masuk ke dalam suatu lingkungan tertentu. Setiap orang selalu berusaha untuk berpenampilan yang baik dan menarik ketika berinteraksi dengan orang lain, dan untuk menunjukkan siapa diri mereka yang sebenarnya. Setiap orang juga selalu berusaha untuk tampil sesuai dengan situasi atau kondisi, serta tempat

(Trisnawati, 2016).

Berdasarkan latar belakang di atas mengenai kegunaan *fashion* yang dijadikan sebagai komunikasi untuk menunjukkan identitas diri, terdapat pertanyaan penelitian yang dapat dirumuskan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana cara seseorang menggunakan *fashion* sebagai bentuk komunikasi non verbal untuk menunjukkan identitas diri, dan adakah hambatan yang dirasakan seseorang dalam menunjukkan identitas dirinya melalui *fashion* yang digunakan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana seseorang menggunakan *fashion* (mulai dari pakaian, sepatu, aksesoris, gaya rambut, dan tas) sebagai media komunikasi non verbal untuk menunjukkan identitas dirinya kepada orang lain, mulai dari berdasarkan pada situasi, tempat yang didatangi, status, dan lainnya yang menggambarkan identitas dirinya. Selain itu juga untuk mengetahui hambatan yang ditemui ketika seseorang menggunakan *fashion*.

Manfaat dari penelitian ini adalah, untuk akademis berguna untuk acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai *fashion* yang digunakan sebagai bentuk media komunikasi non verbal. Untuk praktisnya penelitian ini berguna bagi

setiap orang agar mengetahui bahwa *fashion* sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari – hari, khususnya penampilan identitas diri dan penilaian orang lain terhadap pemakainya.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang mengangkat *fashion* merupakan alat komunikasi sudah dilakukan sebelumnya. Penelitian dengan tema yang sama yaitu, *fashion* digunakan sebagai alat komunikasi untuk menunjukkan identitas diri. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Tri Yulia Trisnawati, mahasiswa dari Universitas Semarang, dengan judul penelitian *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi* menyatakan bahwa *fashion* kini sudah mengalami perubahan nilai. *Fashion* saat ini dipercaya sebagai bentuk komunikasi yang bisa menyampaikan pesan-pesan secara non verbal. Pada penelitian ini juga menjabarkan bahwa *fashion* lebih banyak dijadikan alat komunikasi oleh perempuan. Perempuan yang biasa dicirikan dengan feminin, elegan, dan anggun membuat mereka selalu berusaha untuk menampilkan identitas pribadi melalui busana yang dikenakan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Sri Budi Lestari, Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP, yang berjudul *Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa*. Pada penelitian ini

mengungkapkan bahwa *fashion* adalah alat untuk mengekspresikan diri, serta menjadi pemenuhan kepuasan seseorang karena mereka dapat menampilkan hal yang mereka sukai dan menjadi satu cara seseorang membedakan dirinya dengan orang lain. Sehingga *fashion* merupakan suatu acuan untuk menunjukkan identitas diri, dan bukan hanya sekedar kebutuhan untuk menutup tubuh.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Christiany Judhita dengan judul *Fashion sebagai Media Komunikasi* menyatakan bahwa *fashion* dipakai untuk merefleksikan sesuatu yang ada dalam diri seseorang. Selain sebagai media untuk berkomunikasi, *fashion* juga dapat memberikan gambaran akan kepribadian seseorang. Penelitian ini juga mengungkap bahwa pro kontra yang terjadi terhadap *fashion* yang digunakan seseorang akan terus hadir. Namun, orang-orang yang mampi melihat dari sisi positifnya akan mengerti bentuk dari kreatifitas *fashion* itu sendiri dan akan menerima jika perbedaan akan selera *fashion* pasti ada.

Fashion

Fashion mengacu pada sebuah kegiatan yang melakukan sesuatu bukan hanya sekedar benda. *Fashion* dapat dijadikan sebagai alat oleh seseorang untuk mempresentasikan dirinya di hadapan orang lain. *Fashion* kini tak

hanya sekedar sebagai pelindung atau penutup tubuh semata, melainkan suatu cara berkomunikasi atau penyampaian pesan di hadapan umum (Stella & Triputra, 2015).

Sudah menjadi hal yang melekat dalam kehidupan manusia, *image*, citra, dan penampilan seseorang menjadi suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sosial seseorang. Tak jarang jika melihat seseorang yang berhubungan dengan sesamanya, hal pertama yang dilihat adalah penampilan fisiknya, dan pakaian yang digunakan menjadi objek fisik yang paling kelihatan. Oleh karena itu, *fashion* yang awalnya digunakan hanya untuk pelindung tubuh kini juga digunakan untuk menunjukkan aspek lain terkait karakter, status, sikap, dan nilai – nilai dari diri seseorang (Wiana & Winwin, 2018).

Pakaian kini digunakan sebagai alat komunikasi non verbal oleh seseorang untuk menunjukkan pekerjaannya, status sosial, bahkan kekayaan yang dimiliki. *Fashion* saat ini menjadi media untuk kebebasan berekspresi. Tak hanya pakaian saja, *fashion* juga meliputi aksesoris, tata rambut, perhiasan, tas, sepatu, bahkan *makeup*. Cara seseorang berpakaian ataupun merias dirinya dengan segala item yang dapat digunakan akan sangat berhubungan dengan bagaimana ia menghargai dirinya sendiri dan mencoba membuat nyaman

dirinya ketika berpenampilan. Hal yang membuat tren *fashion* begitu populer saat ini adalah pakaian yang modis, aksesoris mahal, dan barang mode lainnya begitu mudah untuk dilihat walau hanya sekilas. Dengan tas, sepatu, perhiasan, gaya rambut, seseorang dapat menunjukkan identitasnya di hadapan orang lain (Tyaswara, Taufik, Suhadi, Danyati, & Bahasa Asing BSI Jakarta, 2017).

Melihat contoh di atas, dapat diketahui bahwa *fashion* tak hanya sekedar penutup tubuh tapi juga sebagai alat untuk menunjukkan identitas diri seseorang. Mulai dari karakter dirinya, suku, status, maupun kedudukannya dalam lingkungan sosial dirinya. (Trisnawati, 2016)

Komunikasi Non Verbal

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat sering digunakan oleh manusia untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari – hari. Komunikasi dapat diartikan sebagai hubungan, pemberitahuan, bertukar pikiran maupun perbincangan. Komunikasi juga dapat dibedakan ke dalam beberapa bentuk terkait dari segi penyampiannya, ada komunikasi verbal dan non verbal (Kusumawati, 2016).

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang memakai kata–kata baik secara langsung atau lisan, maupun dengan menggunakan tulisan. Komunikasi verbal lisan banyak

digunakan ketika berinteraksi langsung dengan seseorang secara tatap muka. Untuk komunikasi verbal melalui tulisan banyak digunakan dengan mengirim surat, bertukar pesan melalui e-mail, dan sebagainya. Sedangkan komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang penyampaian pesannya tidak dilakukan dengan menggunakan kata–kata. Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan lambang seperti gestur, mimik wajah, gerakan tubuh, warna, bahasa isyarat, bahkan pakaian (Pohan, 2015).

Komunikasi non verbal dapat diklasifikasikan menjadi pesan non verbal visual yang meliputi pesan kinetik atau gerakan tubuh, proksemik atau penggunaan ruang tingkat kenyamanan, dan pesan artifaktual yang diungkapkan lewat penampilan berupa pakaian ataupun kosmetik. Selain itu juga terdapat pesan nonverbal yang disampaikan lewat sentuhan dan bau – bauan (Istiyanto, 2010).

Untuk *fashion* sendiri termasuk pesan non verbal artifaktual yang disampaikan melalui penampilan tubuh. Pakaian merupakan hal pertama yang kelihatan ketika berhadapan dengan orang lain. Melalui pakaian, cara berbusana yang digunakan orang membentuk citra dirinya (*body image*) di hadapan orang

lain. Tak jarang orang berperilaku dalam hubungannya dengan orang lain disesuaikan dengan persepsinya terhadap penampilan orang tersebut (Trisnawati, 2016)

Identitas Diri

Fashion dibutuhkan tiap orang untuk menampilkan perbedaan dirinya dengan orang lain. Tak jarang jika sekarang semakin banyak orang yang mengenakan busana yang menarik, stylish, dan menonjolkan dirinya. Setiap orang pasti ingin memiliki suatu hal dalam dirinya yang membedakannya dengan orang lain. Menurut Duffy dan Awatter, identitas diri atau gambaran diri adalah suatu cara pandang seseorang terhadap dirinya, bagaimana perasaannya terhadap tubuh, dan faktor kepuasan maupun ketidakpuasan yang ia miliki terhadap tubuhnya. Mengenai dirinya bukan hanya yang terlihat ketika bercermin, tetapi juga bagaimana pendapat tentang apa yang ada pada tubuh seseorang (Donna & Sri, n.d.).

Salah satu tokoh yang mengemukakan konsep identitas diri adalah Erikson (1989). Menurutnya identitas diri merupakan kesadaran seseorang untuk memposisikan dirinya dan memberikan arti dirinya dalam konteks kehidupan ke depannya menjadi sebuah gambaran yang utuh dan berhubungan untuk mengetahui jati dirinya. Teori Erikson juga diketahui sebagai “*ego psychology*” yang

mendekatkan pada konsep “diri”, diatur oleh ego bawah sadar, dan juga pengaruh yang banyak dari sosial dan budaya di sekitar seseorang tersebut (Donna & Sri, n.d.). Seseorang yang sudah mencapai suatu identitas diri yang sebenarnya akan mengetahui akan hal seperti, pandangan yang jelas akan dirinya, mengetahui perbedaan dan persamaan dengan orang lain, mengetahui kelebihan dan kekurangan dirinya, percaya diri, memahami perannya dalam lingkungan (Donna & Sri, n.d.).

Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menjabarkan data secara lisan ataupun tertulis

yang diperoleh dari objek yang diteliti (Monica, 2018). Penelitian kualitatif ialah satu bentuk penelitian yang menggunakan pola pemikiran induktif, di mana berawal dari pemikiran yang khusus menuju ke pemikiran yang umum (Setiawan, 2020).

Metode deskriptif merupakan metode dalam penelitian kedudukan sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, bentuk pandangan, maupun sesuatu peristiwa yang terjadi saat ini. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena tidak memakai asumsi dan variabel, melainkan hanya menjabarkan dan menganalisa peristiwa yang terjadi tanpa sebuah tindakan spesial terhadap objek yang diteliti. Penelitian deskriptif hanya menjelaskan keadaan dan kejadian, tidak mencari atau menjabarkan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat perkiraan. Peneliti berlaku sebagai pengamat, hanya membuat kategori pelaku, pengkaji gejala, dan mencatatnya dalam buku pengamatan (Budi et al., 2014).

Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder. Untuk data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara. Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan untuk meninjau lebih dalam untuk menemukan suatu makna dari objek yang diteliti. Adapun

observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan pada objek penelitian yang diasumsikan memiliki pemahaman tentang *fashion* yang diketahui melalui gaya berbusana mereka setiap hari (Galang, 2016).

Data juga diperoleh dengan melakukan wawancara, yaitu pengumpulan data lebih terperinci dengan mengajukan berbagai pertanyaan mendalam pada informan atau narasumber. Dengan wawancara peneliti akan memperoleh hasil yang bermanfaat untuk dijadikan data. Melalui wawancara juga peneliti dapat melakukan pendekatan secara langsung dengan narasumber dan akan mendapatkan informasi yang lebih dalam. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman narasumber lebih dalam mengenai *fashion* dan bagaimana penerapannya dalam kehidupan sehari – hari untuk menunjukkan identitas diri, serta hambatan yang dirasakan narasumber ketika menggunakan *fashion* yang sesuai dengan dirinya (Indriastuti, Sufa, Desember, & Rizky, 2020).

Pemilihan informan penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yang merupakan teknik menentukan sampel dengan benar – benar memilih orang yang memiliki pengetahuan akan topik penelitian dan sesuai

akan kebutuhan penelitian. Orang yang menjadi informan adalah yang berbusana mengikuti *trend fashion*, dan sering mengakses situs yang berhubungan dengan *fashion* (Rosa Dewinta & Ery Setiawan, 2016).

Informan untuk penelitian ini adalah satu mahasiswa jurusan Hubungan Internasional dari Universitas Bina Nusantara Jakarta, dan satu mahasiswi jurusan Hukum dari Universitas Indonesia. Pemilihan mahasiswa dari kedua universitas tersebut dikarenakan universitasnya terkenal akan mahasiswa – mahasiswi yang *fashionable* dan selalu mengikuti trend *fashion* (Angelica, 2020). Untuk informan utama dalam penelitian adalah seorang influencer yang mengikuti tren *fashion* dan selalu tampil modis. Tak hanya itu, penelitian ini juga memiliki informan seorang fashion desainer. Pemilihan informan ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana seseorang yang terkenal di publik mendefinisikan makna *fashion* yang ia gunakan dan bagaimana ia berkomunikasi non verbal melalui *fashion*. Selain itu, informan seorang fashion desainer untuk mendapat pandangan akan topik jurnal dari seorang ahli.

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. *Open coding* merupakan menyajikan data yang

sesuai dengan apa yang diperoleh dari penelitian. *Axial coding* merupakan penyajian data yang dibentuk dalam kategori – kategori dari data dalam *open coding*. *Selective coding* merupakan bentuk penyajian data dari kategori yang telah dibuat untuk menghasilkan data inti (Ilham, 2016).

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan cara *thematic analysis*, yaitu peneliti membaca keseluruhan transkrip data yang diperoleh melalui wawancara dan yang sudah diolah dalam *coding*, kemudian memberikan makna berdasarkan transkrip tersebut (Nugrahani, 2014). Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lainnya. Untuk penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan membuat teks bersifat naratif, menyajikan data – data yang diperoleh tersusun rapi, sehingga memudahkan untuk dipahami (Rijali, 2019).

Penelitian kualitatif yang baik harus memenuhi dua syarat, yaitu kredibilitas dan reliabilitas. Untuk itu, penelitian ini menggunakan beberapa teknik yang dapat mengonfirmasi data yang ditampilkan benar dan tidak keliru (Alhamid & Anufia, 2019). Penelitian kualitatif dinyatakan kredibel harus mampu memberi penjelasan yang benar tentang pengalaman manusia, di mana orang

lain yang memiliki pengalaman sama akan memberikan penjelasan yang serupa. Penelitian kualitatif kredibel jika orang lain setuju jika mereka akan mengalami pengalaman tersebut, meski mereka hanya membaca hasil penelitian saja. (Alhamid & Anufia, 2019). Agar penelitian ini dinyatakan kredibel, maka peneliti akan melakukan observasi terlebih dahulu terhadap orang yang dijadikan informan. Selain itu, untuk meningkatkan kredibilitas, nantinya data yang sudah diperoleh akan dikonfirmasi dan diklarifikasi pada informan.

Pada penelitian kualitatif, nilai transferabilitas ditentukan oleh pembaca. Jika seorang pembaca mampu memahami dengan jelas tentang hasil penelitian, seperti bagaimana fashion sangat berpengaruh untuk cerminan identitas diri seseorang, maka hasil penelitian itu bisa dikatakan mempunyai uji transferabilitas yang cukup tinggi (Mekarisce, 2020). Uji dependabilitas dalam penelitian kualitatif adalah merupakan pengujian yang dilakukan dengan pemeriksaan keseluruhan data dan proses dalam penelitian (Shidiq & Choiri, 2019). Pada penelitian ini, peneliti melakukan pemeriksaan dengan melakukan konsultasi pada pembimbing. Konsultasi dilakukan untuk mengurangi kekeliruan pada penyajian hasil penelitian.

Pengujian confirmabilitas dalam penelitian kualitatif merupakan menguji hasil penelitian yang dihubungkan dengan bagaimana proses penelitian dilakukan (Soares, 2013). Uji confirmabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji kembali data yang diperoleh tentang fashion sebagai media komunikasi non-verbal untuk menunjukkan identitas diri. Pengujian confirmabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan dosen pembimbing dan menggunakan bahan referensi pembuatan jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap orang dalam mengenakan fashion memiliki sesuatu yang ingin ditampilkan dari identitas dirinya di hadapan orang lain secara tidak langsung atau non verbal. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dibuktikan bahwa hal tersebut benar terjadi.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dari jawaban ketiga informan terbukti bahwa setiap orang memiliki pengertian bahwa fashion itu tak sekedar alat penutup tubuh, tapi juga bagian dari identitas diri dan cara mengekspresikan diri sendiri. Setiap orang memiliki ciri khas masing-masing yang ingin ditampilkan dan ditonjolkan dari dirinya, yang dapat membedakannya dari orang lain. Hal ini sesuai dengan konsep yang sudah dikemukakan di pendahuluan bahwa

memang benar fashion bukanlah sekedar alat untuk penutup tubuh semata, tetapi juga bermakna konotasi seakan mengucapkan banyak hal tentang siapa diri kita sebenarnya. Fashion yang tiap orang gunakan artinya dirinya menunjukkan sebuah pesan, identitas dirinya secara non verbal di hadapan orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, jawaban informan Khansa Nabila sesuai dengan konsep fashion bukan hanya sekedar penutup tubuh semata. Ia menyampaikan bahwa melalui fashion ia dapat mengekspresikan identitas dirinya dan menampilkan perbedaan dirinya dari orang lain.

“Kalau ke gue sendiri ya, fashion itu kayak cara gue mengekspresikan diri gue aja sih. Kayak nunjukkin, kaya mengekspresikan identitas diri sendiri. Kayak semua orang kan punya khasnya masing-masing, kayak caca tuh stylenya tuh kayak gini. Jadi setiap orang punya diri sendiri gitu lho. Orang kan beda-beda, kalau gue lebih pengen mengekspresikan diri gue sih ke orang,”

Melalui fashion yang digunakan, seseorang mampu menampilkan keunikan dirinya yang menjadi pengingat bagi orang lain mengenai identitas dirinya. Ketiga informan yang diwawancara mengungkapkan bahwa dengan menggunakan fashion masing-masing sesuai referensi dan kesukaan mereka, orang-

orang di sekitar mereka dapat mengenal mereka dan mengetahui kepribadian dan identitas diri mereka. Seperti informan Khansa Nabila yang menyampaikan setiap dirinya berhadapan dengan orang terdekat, mereka sudah mengenali kepribadian dan menggambarkan identitas dirinya.

“Soalnya ini kan dari penilaian orang, yang kayak tau gue pasti dia ngomongnya ‘ini nih caca nih, yang paling kayak tante-tante’ selalu gitu. Kasarnya kan kayak tante-tante ya. Cuman kan kalau bagi gue itu dewasa, kayak wanita bukan ABG lagi gitu. Jadi bisa sih menggambarkan diri gue.”

Pernyataan informan di atas juga ditegaskan kembali oleh Rini, yang merupakan seorang fashion desainer. Ia juga menyatakan bahwa memang benar fashion tidak hanya untuk menutupi badan, tetapi juga bagian dari bentuk komunikasi diri.

“Fashion itu sendiri atau mode itu merupakan ekspresi, identitas diri kita gitu. Ekspresi ketika baju kita, pakaian yang kita pakai itu menjadi on point atau center of point bagi orang lain. Fashion itu juga sebuah ekspresi diri estetika untuk menampilkan identitas kita juga. Dia (fashion) punya nilai seni di situ,”

Hal ini pun sesuai dengan konsep bahwa fashion merupakan media komunikasi non verbal dalam menunjukkan identitas diri. Dengan hasil ketiga informan dikenal dan diketahui identitas dan kepribadian oleh orang

lain di sekitarnya membuktikan bahwa fashion mampu melakukan komunikasi meskipun tak secara verbal. Dengan memakai jenis pakaian tertentu, orang lain dapat mengetahui identitas diri dan kepribadian dirinya.

Melalui pakaian atau busana yang digunakan, setiap orang memiliki pesan non verbal yang ingin ditampilkannya dan menginginkan penggambaran suatu identitas dirinya dari orang lain. Sesuai dengan konsep di mana *fashion* menjadi satu hal yang penting dalam menunjukkan identitas diri. Identitas di sini merupakan ciri khas seseorang yang diperoleh lewat gaya berpakaian yang melekat pada dirinya. Setiap orang selalu berusaha untuk berpenampilan yang baik dan menarik ketika berinteraksi dengan orang lain, dan untuk menunjukkan siapa diri mereka. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh informan Henrietta Sarah.

“That’s okay that I love being different (itu hal wajar aku menyukai menjadi yang berbeda). Mungkin baju-baju gue gak terlalu beda, cuman gue ngerasa beda aja, dan orang-orang ngeliatnya berbeda juga ternyata,”

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Khansa Nabila:

“Kayak yang dewasa gitu umurnya. Gue suka aja, sebenarnya gak Gigi doang, pokoknya ibu-ibu yang kayak ada penyanyi Nindy Ayunda, Nikita Willy, pokoknya mereka itu fashionnya yang sejenis-jenis itu sih. Kayak ibu-

ibu gitu gue suka”

Meski ingin menampilkan keunikan dan perbedaan dirinya dengan orang lain melalui fashion yang dikenakan, nyatanya tiap orang juga memikirkan mengenai kesesuaian tempat dan formal tidaknya situasi yang akan dihadapi ketika menentukan pakaiannya. Setiap orang memiliki referensi tersendiri dalam memilih pakaian, yang menyesuaikan tempat, gaya yang ingin ditampilkan hingga kondisi atau situasi tempatnya berada. Setiap orang selalu berusaha untuk berpenampilan yang baik dan menarik ketika berinteraksi dengan orang lain, dan untuk menunjukkan siapa diri mereka. Selain itu, tak lupa juga selalu berusaha untuk tampil sesuai dengan situasi atau kondisi, suasana hati, serta tempat yang didatangi.

Pernyataan mengenai banyak hal yang disesuaikan dan dipertimbangkan seseorang dalam penggunaan fashion ini juga dijelaskan langsung oleh informan yang merupakan seorang fashion desainer.

“Kita kan memakai busana dari atas sampai bawah itu berbeda-beda kesempatannya, ya misal kita mau kerja, kita pakai baju ya sesuai untuk bekerja. Pada acara-acara non formal kita bisa pakai kaos yang kayak gitu. Emang konsepnya busana itu dia harus menyesuaikan kemana pun kita berada gitu, menyesuaikan tempat kita, atau menyesuaikan kita harus ke mana dalam berbagai acara atau berbagai kesempatan”

Maka sesuai dengan konsep yang sudah dikemukakan yakni fashion sebagai bentuk komunikasi non verbal dari penggunaanya untuk menunjukkan nilai, status, identitas diri dan perasaan kepada orang lain. Hal serupa juga disampaikan oleh informan Mirza Akbar sebagai berikut:

“Semuanya sih. Satu tadi menyesuaikan tempat, pastilah menyesuaikan. Gak mungkin ke kondangan cuman pakai kaus kutang kan, itu pasti. Suasana hati kalo aku juga pengaruh ya. Kalo suasana hatinya lagi senang, lebih ke baju yang cheerful, warna-warni, biar kelihatan kalo kita lagi happy. Tapi kalo lagi sedih, pilihnya sih lebih ke yang warm tones gitu, yang kalem-kalem,”

Sementara itu, berdasarkan penelitian yang dijalankan ternyata penggunaan aksesoris tidak terlalu berpengaruh dalam penampilan seseorang. Aksesoris dianggap bukan bagian fashion yang bisa menonjolkan identitas diri. Dengan demikian, maka konsep mengenai aksesoris merupakan bagian penting dari fashion seseorang yang bisa menunjukkan identitas dirinya tidak sesuai. Hal ini juga diungkapkan oleh informan Khansa Nabila seperti berikut:

“Kalo menurut gue sih aksesoris gak terlalu penting. Kayak misalkan baju lu udah bermotif-motif lu tambah lagi aksesoris kayaknya malah makin ramai deh. Kadang gue gitu. Kayak misal dress lu udah ada mutiaranya, terus lu pakai anting, buset ramai banget kan,”

Selain pakaian, sepatu juga termasuk bagian fashion yang dipilih setiap orang berdasarkan tempat yang akan dituju dan situasi yang dihadapi. Tak hanya itu, kenyamanan sebuah sepatu juga menjadi unsur utama seseorang dalam menggunakannya. Ini sesuai dengan konsep bahwa sepatu juga termasuk item fashion yang digunakan setiap orang. Pemilihan sepatu juga sama dengan pemilihan pakaian di mana setiap orang menggunakan sepatu sesuai dengan tempat yang dikunjungi dan mengutamakan kenyamanan. Sepatu juga dipakai dan menjadi alat untuk menonjolkan diri seseorang.

Ini sesuai dengan konsep bahwa sepatu juga termasuk item fashion yang digunakan setiap orang dan menjadi bagian penting yang mempengaruhi penampilannya. Selain itu, dengan pemilihan sepatu berdasarkan rasa kenyamanan dan kesukaan, maka setiap orang mampu menampilkan identitas dirinya yang ingin ditonjolkan di hadapan orang lain melalui sepatu yang digunakan di kakinya, seperti yang diungkapkan oleh Henrietta Sarah seperti berikut:

“Kaki gue kan pendek, jadi gue milih sepatu yang compliment my leg (menonjolkan kakiku). Makanya gue sukanya pakai sepatu yang lebih besar, ukurannya gede gitu. Supaya orang-orang ngelihatnya ke sepatunya, bukan ke kakinya.”

Tak bisa dipungkiri juga bahwa rambut merupakan bagian tubuh yang dijadikan sebagai item fashion yang penting untuk penyempurna penampilan. Dari ketiga informan dapat diketahui bahwa dengan memiliki gaya rambut tertentu, seseorang dapat dengan mudah dikenali oleh lingkungan sekitarnya, termasuk kepribadian dan identitas yang ingin ia tampilkan, sesuai dengan yang disampaikan oleh Mirza Akbar bahwa gaya rambut bahkan mempengaruhi penampilan dirinya secara keseluruhan.

“Banget, kalo menurut aku rambut itu kayak penyempurna penampilan. Kalo sekarang model rambutku itu yang agak botak-botak gitu agak cepak-cepak gitu. Dulu rambutku itu style yang ala ala Korea gitu, yang panjang. Jadi sebelum aku berpakaian, aku lihat dulu pakaian ini cocok gak ya sama rambut aku, model rambutku kayak gini bagus gak ya pakai baju yang ini. Nanti kalau misalkan udah keluarin semua baju yang ada, itu dipakai satu-satu mana yang cocok ke rambut, itu yang aku pakai.”

Dengan bagian fashion yakni gaya rambut, setiap orang memiliki pemilihan gaya yang berbeda yang ingin ditampilkan di hadapan orang sesuai dengan dirinya. Tiap orang memiliki pertimbangan sendiri mengenai bagian diri apa yang ingin ditonjolkan melalui gaya rambut, seperti yang disampaikan oleh Henrietta Sarah:

“Gue yang deep down gue kayak I don't wanna grow up. Makanya gue kayak as much as I can, I wanna back to my childhood. Fyi, mungkin ya pas kecil nyokap gue jarang kan kalo anak cewek kalau misalnya ke sekolah atau ke mana, mamanya yang gayain macam-macam rambutnya. Mama aku gak pernah gituin aku, aku gak pernah digituin. Jadi, to be honest dari rambut itu gue pengen nunjukin kayak I'm still child, i don't wanna grow up. I still comfortable being a child, not expecting to be adult.”

Dengan gaya rambut tiap informan memiliki sisi dirinya yang ingin ditonjolkan. Maka sesuai dengan konsep bahwa setiap orang pasti ingin memiliki suatu hal dalam dirinya yang membedakannya dengan orang lain. Ini kembali membuktikan bahwa fashion menjadi satu hal yang penting dalam menunjukkan identitas diri. Identitas di sini merupakan ciri khas seseorang yang diperoleh lewat gaya berpakaian dan *style* pada dirinya mulai dari ujung rambut hingga kaki, seperti yang disampaikan oleh seorang *fashion designer*.

“Gaya rambut misal pasti mempengaruhi penampilan ya. Jadi misal kita melihat seseorang, pasti kita melihat penampilannya dulu termasuk rambut, karena termasuk penampilan paling terlihat dari kita gitu. Gaya rambut juga biasanya disesuaikan dengan suasana hati, tempat yang akan dituju juga, atau buat acara apa. Ya dari gaya rambut memang ada yang ingin ditonjolkan seseorang karena itu

termasuk bagian utama diri yang paling terlihat.”

Tak ketinggalan tas juga termasuk item fashion yang juga dibutuhkan oleh tiap orang, baik secara kebutuhan ataupun sebagai pelengkap gaya atau penampilan mereka. *fashion* saat ini menjadi media untuk kebebasan berekspresi atau menampilkan identitasnya melalui apa saja yang dikenakan oleh seseorang. Tak hanya pakaian saja, fashion juga meliputi aksesoris, tata rambut, perhiasan, tas, hingga sepatu. Cara seseorang berpakaian ataupun menghiasi dirinya dengan segala item yang dapat digunakan akan sangat berhubungan dengan bagaimana ia menghargai dirinya sendiri dan mencoba membuat nyaman dirinya ketika berpenampilan, sama halnya dengan yang diucapkan oleh Mirza Akbar bahwa,

“Kalo tas lebih sakral lagi ya. Kalau misalnya kamu nanya item fashion apa yang gak bisa aku tinggalin itu adalah tas, karena aku kemana-mana selalu bawa tas. Ntah itu isinya apa ya sampah atau apa, aku mesti bawa tas gitu. Ada yang dipegang ada yang digendong, kayak gak enak gitu kalau gak bawa apa-apa. Paling kalau tas aku sekarang lagi suka totebag. Soalnya totebag itu lebih praktis aja kalau kemana-mana tinggal masukan aja,”

Meski orang-orang berusaha menggunakan fashion sebagai media komunikasi non verbal untuk menunjukkan

identitas dirinya, nyatanya hal tersebut juga menemui hambatan yang membuatnya sulit dilakukan secara penuh dan maksimal. Adapun hambatan yang dirasakan mulai dari tanggapan dari orang terdekat atau orang luar, hingga rasa percaya diri sendiri.

Dengan demikian konsep yang menyatakan bahwa tren bisa menjadi hambatan bagi seseorang dalam berpenampilan atau menunjukkan identitas dirinya melalui fashion tidak tepat. Tren fashion tidak terlalu memiliki pengaruh besar terhadap gaya berpakaian atau gaya berpenampilan seseorang. Hal yang sebenarnya menjadi hambatan bagi seseorang untuk menampilkan identitas dirinya melalui fashion dan mengeksplor kesukaannya lebih dalam serta keberaniannya dalam mengenakan pakaian, sepatu, tas, gaya rambut adalah rasa percaya dirinya sendiri dan pendapat orang lain terhadap dirinya.

Mengenai hambatan yang dirasakan karena pendapat orang lain dan rasa percaya diri ini diperkuat oleh pernyataan informan Henrietta Sarah yakni,

“sebenarnya kalau orang lain gue gak terlalu mikirin omongannya, tapi lebih ke orang yang hubungannya dekat sama gue. Itu menurut gue salah satu hambatannya. Terus yang kedua itu sebenarnya gara-gara badan gue sendiri, yang gue gak pede sama si outfit look on my body. Gue ada skoliosis kan, jadi kayak ada beberapa

Happy Prasetyawati,
Yesica Verawaty Sitingjak

baju yang gue ngelihatnya bagus lucu, tapi pas gue pakai ternyata malah gak bagus. Itu jadi salah satu hambatan juga, my own body sama my own confidence,”

Tak hanya itu, informan Khansa Nabila juga menyampaikan hal yang sama mengenai hambatan yang ia rasakan:

“Kalo percaya diri ada beberapa kali gue gak percaya diri kalo lagi milih baju. Kalo pilih baju tuh kan cobain dulu dong, kadang kalo ngaca bikin bahu gue gede banget deh, ya enggak, ganti. Kadang tuh baju gue suka banget misalnya, lucu gitu, cuman pas make kok aneh, ya gak jadi beli. Faktor percaya diri itu ada sih hambatannya,”

Melalui wawancara mendalam yang sudah dilakukan melalui fashion yang digunakan mulai dari pakaian, sepatu, tas, hingga gaya rambut dapat diketahui bahwa memang benar setiap orang memiliki hal dalam diri mereka yang ingin disampaikan atau dikomunikasikan kepada orang lain. Maka fashion berfungsi sebagai media komunikasi non verbal seseorang untuk menunjukkan identitas dirinya benar adanya. Adapun komunikasi non verbal yang dilakukan adalah komunikasi non verbal artifaktual seperti yang sudah dicantumkan dalam tinjauan literatur, dan sudah dipertegas kembali oleh seorang *fashion desainer*, yang menyampaikan bahwa, *“kalo dikaitkan dengan komunikasi ya pasti ya, dengan busana saja kita berkomunikasi.*

Misal suasana hati dia lagi sedih, pakai busana yang gelap itukan sudah bentuk komunikasi. Jadi memang orang itu ngomong lewat fashion yang dia gunakan, ada dari identitas dirinya yang ingin ditampilkan,”

Adapun pesan non verbal yang ingin disampaikan adalah pesan non verbal artifaktual, yang disampaikan melalui penampilan tubuh. Pakaian merupakan hal pertama yang kelihatan ketika berhadapan dengan orang lain. Melalui pakaian, cara berbusana yang digunakan orang membentuk citra dan identitas dirinya (*body image*) di hadapan orang lain, seperti yang disampaikan oleh Khansa Nabila:

“Yang pengen gue tampilin dari diri gue ya itu, kayak yang cewek banget, wanita yang elegan gitu. Elegan dalam artian tuh tetap sopan, oke atas tertutup, tapi bawahnya dress nih. Pake heels oh elegan nih fashionnya. Tapi walaupun gak pake dress sopan ya kelihatannya. Gitu sih, jadi walaupun pake dress lu terlihatnya elegan gitu tetap sopan.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Mirza Akbar, yakni:

“Aku paling pengen itu aja sih ngasih tahu ke orang dengan pakaian aku kayak just be who you want to be aja sih. Udah kayak gitu aja. Gak usah peduli omongan orang, selama nyaman pake aja. Gak usah peduli sama cibiran orang. Itu aja sih aku mau nge-spread ke orang lain. Sama satu gak semua laki-laki berpakaian rapi itu

feminin. Itu aja sih. Orang yang pakai totebag feminin, laki-laki yang pakai cincin atau kutek feminin, itu gak. Karena menurutku gender bebas sih,

bebas orang berekspresi mau pake apa. Iya (laki-laki) bisa eksplor apapun gak cuma cewek doang.”

Fashion sebagai media komunikasi non verbal dalam menunjukkan identitas diri	
Pakaian	Tak hanya sekedar penutup tubuh semata, tetapi memiliki manfaat lain sebagai komunikasi secara tidak langsung mengenai identitas diri/bentuk ekspresi diri.
Aksesoris	Tidak terlalu berpengaruh dalam penampilan seseorang. Aksesoris dianggap bukan bagian fashion yang bisa menonjolkan identitas diri.
Sepatu	Termasuk item fashion yang digunakan setiap orang dan menjadi bagian penting yang mempengaruhi penampilannya. Sepatu juga dipakai dan menjadi alat untuk menonjolkan diri seseorang.
Gaya rambut	Rambut merupakan salah satu bagian yang paling menonjol dari penampilan seseorang. Dengan gaya rambut tersendiri dan berbeda, seseorang bisa menampilkan identitasnya, kepribadiannya, bentuk ekspresi dirinya.
Tas	Tas juga bagian penting dalam fashion, di mana bisa dijadikan alat memindahkan penampilan atau sebagai kebutuhan.
Hambatan dalam berfashion	Kepercayaan diri dan pendapat orang lain.
Fashion media komunikasi non verbal	Pesannya berbentuk artifaktual, di mana disampaikan melalui penampilan tubuh. Cara berbusana yang digunakan orang membentuk citra dan identitas dirinya

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa fashion bukan hanya sekedar alat penutup tubuh semata melainkan juga sebagai media komunikasi non verbal dalam menunjukkan identitas diri. Mulai dari

pakaian, tas, sepatu, dan gaya rambut tiap orang memiliki sisi dirinya yang ingin ditampilkan di hadapan orang lain. Setiap orang selalu berusaha berpenampilan yang mampu menonjolkan dirinya dan membedakan dirinya dengan orang lain. Fashion juga

Happy Prasetyawati,
Yesica Verawaty Sitinjak

memiliki pengaruh yang sangat penting dalam kehidupan seseorang. Melalui fashion seseorang mampu berkomunikasi secara non verbal untuk menunjukkan identitas dirinya mulai dari perempuan yang ingin menonjolkan sisi feminin atau kewanitaan dirinya dan laki-laki yang ingin tampil rapi serta bisa mengeksplor jenis fashion sesuai kesukaannya tanpa dibatasi oleh gender. Tak hanya itu, fashion juga bukan hanya sekedar kebutuhan saja melainkan juga bagian dari kenyamanan seseorang dalam mempresentasikan dirinya.

Meski demikian, nyatanya dalam penggunaan fashion seseorang memiliki hambatan yang dihadapinya. Mulai dari rasa

percaya diri dan juga pendapat orang lain terhadap dirinya saat mengenakan fashion atau pun gaya berpakaian tertentu. Rasa percaya diri seseorang dalam berfashion dapat dipengaruhi oleh pemikiran sendiri yang menyatakan bahwa dirinya tak bagus saat mengenakan pakaian tertentu, dan bahkan tidak percaya diri dengan bentuk tubuh sendiri. Tak jarang juga pendapat orang lain yang mengatakan bahwa seseorang tersebut tidak cocok mengenakan pakaian tertentu akan menghambatnya dalam mengeksplor fashion kesukaan dan menampilkan identitas dirinya secara utuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhityo, Iman Adi Perkasa. (2012). Fashion, Alat Komunikasi Non Verbal. Retrieved April 11, 2021, from Liputan6.com website: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/454845/fashion-alat-komunikasi-non-verbal>
- Angelica, S. P. (2020). Survei: Kampus dan Fakultas Mana yang Paling Modis? Retrieved April 11, 2021, from gensindo.sindonews.com website: <https://gensindo.sindonews.com/read/68466/700/survei-kampus-dan-fakultas-mana-yang-paling-modis-1592024810>
- Alhogbi, B. G. (2017). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25. Retrieved from <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Alhamid, T., (2019). Resume: Instrumen Pengumpulan Data. No 1–20.
- Bimbingan, B., & Konseling, D. A. N. (2016). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DALAM*. 2 (2).
- Budi, S., Staf, L., Jurusan, P., Komunikasi, I., & Undip, F. (2014). Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(3), 225–238.
- Donna, L., & Sri, V. I. (n.d.). *No Title*. 1–18.
- Indriastuti, Y., Sufa, S. A., Desember, I. G. K. H., & Rizky, Y. D. (2020). *Peran Komunikasi Keluarga Terhadap Perilaku Anak (Studi Tentang Perubahan Perilaku Transgender) the Role of Family Communications Toward Children Behavior (Study About Transgender*

- Behavior Changes*). 5(2), 1–13.
- Istiyanto, S. Bakti. (2010). Pentingnya Komunikasi Artifaktual Dalam Keberhasilan Modifikasi Komunikasi Antarmanusia. *Jurnal Acta Diurna* 6 (2), 12-22.
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2), 83–98.
- Makassar, B., & Komunikasi, K. (2015). *Sebagai media komunikasi (analisis semiotik)*. 6(1), 1–18.
- Makassar, P. P., & Bunga, M. T. (1979). *ANALISIS DATA KUALITATIF*. 10(01), 59–74.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(33), 145–151.
- Monica, D. (2018). *Fashion Sebagai Penciptaan Identitas Diri Remaja Di Kota Denpasar*. 1–9.
- Monica, J., & Fitriawati, D. (2020). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Zoom Sebagai Media Pembelajaran Online Pada Mahasiswa Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 1630–1640. <https://doi.org/10.35508/jikom.v9i2.2416>
- Muhammad Hasyim. (2017). *Semiotika fashion atas perayaan hari kartini*. (April 2016), 71–82. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/321344786%0ASEMIOTIKA>
- Nugrahani, F. (2014). dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. 1(1), 305.
- Pohan, A. (2015). Peran Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Hubungan Manusia. *Al-Munir Jurnal Imiah Dakwah*, Vol VI(No. 2), 1–22.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif [Qualitative Data Analysis]. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.
- Rosa Dewinta, I., & Ery Setiawan, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(3), 1584–1615.
- Setiawan, G. A. (2020). Komunikasi Antarpribadi pada Pasangan Suami Istri Muda yang Istrinya Tetap Bekerja. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 53–61. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6061>
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53). Retrieved from [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- Soares, A. P. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53 (9), 1689–1699.
- Stella, M., & Triputra, P. (2015). Analisis Semiotik Fashion Ines Ariani Sebagai Bentuk Presentasi Diri. *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 165–179.
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>
- Tyaswara, B., Rizkina Taufik, R., Suhadi, M., Danyati, R., & Bahasa Asing BSI Jakarta, A. (2017). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 3 (September), 2579–3292.
- Wiana, W., & Indonesia, U. P. (2018). *Fashion as a language of non verbal communication*. (February).