

TREND FASHION MAHASISWA SAAT PERKULIAHAN SEBAGAI PERILAKU TRENDI

(Studi Kasus Persepsi Mahasiswa Tentang Trend Fashion Saat Perkuliahan Sebagai Perilaku Trendi Di FISIP)

STUDENT FASHION TREND IN LECTURE AS TRENDY BEHAVIOR

(Case Study of Student Perceptions of Fashion Trends in College as Trendy Behavior at FISIP)

Juki Danis Tara, Dr.Herning Suryo, M.Si, Sihabuddin, S.I.Kom, M.I.Kom

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Juki220401@gmail.com, herningsuryo@gmail.com

Abstrak

Trend fashion adalah cara berpakaian yang terbaru, *modern, up to date* mengikuti perkembangan zaman saat ini, juga sebagai identitas seseorang dalam mengenakan pakaian, aksesoris, rambut ataupun *make up*. *Trend Fashion* menjadi sebuah perilaku trendi dikalangan mahasiswa merupakan fenomena yang mempengaruhi cara mereka berpikir dan bertindak dalam hal mode dan gaya hidup. Dalam konteks psikologi komunikasi, *trend fashion* memiliki hubungan yang erat dengan bagaimana individu memproses informasi dan membuat arti dari komunikasi yang mereka terima. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa memahami dan bereaksi terhadap *trend fashion* saat ini dan bagaimana *trend fashion* mempengaruhi perilaku dan persepsi mereka. Seberapa pentingkah bagi mahasiswa FISIP Universitas Slamet Riyadi Surakarta dan berpengaruh dengan dirinya. Teori pada penelitian ini menggunakan teori persepsi (Thoa, 2003), pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif *fenomonologi* yang memiliki landasan tentang sebuah fenomena atau realita yang sedang terjadi dilapangan. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, informan dalam penelitian ini merupakan 6 orang mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik masing-masing Prodi 2 orang mahasiswa. Hasil penelitian ini dengan proses persepsi yaitu dengan stimulus, registrasi, interpretasi dan *feedback* atau umpan balik. menghasilkan *trend fashion* merupakan perilaku trendi yang dipengaruhi oleh perkembangan zaman, sosial media, budaya, dan gaya hidup. Mahasiswa FISIP yang menjadi bagian dari pergerakan ini dan mempengaruhi gaya berpakaian mereka sesuai dengan *trend fashion* saat ini. Persepsi mahasiswa terhadap trend fashion bervariasi, mulai dari positif, negatif, hingga netral. Penulis menyarankan kenyamanan saat memilih *trend fashion* serta memastikan bahwa gaya berpakaian dan aksesoris yang dipilih membuat mereka merasa nyaman dan tidak terlalu membebani.

Kata Kunci : Persepsi, *Trend Fashion*, Trendi

ABSTRACT

Fashion trends are the latest, modern, up to date ways of dressing to keep up with current developments, as well as a person's identity in wearing clothes, accessories, hair or make up. Trend Fashion becomes a trendy behavior among students is a phenomenon that influences the way they think and act in terms of fashion and lifestyle. In the context of communication psychology, fashion trends have a close relationship with how individuals process information and make meaning from the communications they receive. This study aims to understand how students understand and react to current fashion trends and how fashion trends influence their behavior and perceptions. How important is it for FISIP students at Slamet Riyadi University, Surakarta, and is it influential with them. The theory in this study uses the theory of perception (Thoa, 2003), in this study uses a type of phenomenological qualitative descriptive research which has a basis on a phenomenon or reality that is happening in the field. The determination of informants in this study used purposive sampling, the informants in this study were 6 students from the Faculty of Social and Political Sciences, 2 students each study program. the results of this study with the process of perception, namely the stimulus, registration, interpretation and feedback or feedback. Generating fashion trends is trendy behavior that is influenced by developments in by the times, social media, culture and lifestyle. FISIP students are part of this movement and influence their dress styles according to current fashion trends. Student perceptions of fashion trends vary, ranging from positive, negative, to neutral. The author suggests comfort when choosing fashion trends and ensuring that the style of clothing and accessories chosen make them feel comfortable and not too burdensome.

Key Word : Perception, Fashion Trend, Trendy

PENDAHULUAN

Trend fashion saat ini menjadi sebuah tolak ukur yang dikatakan trendi dimana konsep perilaku ini sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari saat ingin melakukan aktifitas tertentu, kemudian *trend fashion* menjadi sebuah fenomena dimana menjadi acuan utama untuk berpenampilan menarik dengan tujuan tertentu oleh para pemakainya. *trend* memiliki arti sebagai sebuah bentuk yang memiliki makna tentang berbagai macam cara atau bentuk yang baru di suatu waktu tertentu seperti busana, gaya rambut, jenis aksesoris, serta penggunaan item *fashion* lainnya. Kesimpulannya *trend* memiliki arti bahwa sebuah objek yang sedang menjadi pusat perhatian oleh masyarakat pada suatu waktu tertentu. *Fashion* sendiri memiliki sebuah arti yang dimana sebuah mode dalam hidupnya tidak akan lama, kemungkinan akan menyangkut tentang sebuah gaya berbahasa yang digunakan, perilaku yang ditonjolkan, hobi yang dimiliki terhadap sebuah model busana tertentu (Sukanto, 2014). Dalam artian bisa disimpulkan *trend fashion* ialah bentuk baru suatu mode yang *up to date* dan dijadikan patokan dalam berbusana secara trendi oleh masyarakat. *Trend fashion* memiliki perkembangan yang sangat pesat.

Mahasiswa yang menerapkan *trend fashion* dalam berpakaian memiliki dampak seperti, menambah kepercayaan diri, merasakan bebas untuk berekspresi diri, bisa mengembangkan hal yang disukai, memberikan *influence* kepada sekitar, memberikan aura positif dengan pakaian dan aksesoris yang ia kenakan, memberikan kesan *first impression* yang baik kepada orang lain atau disekitarnya, menjadi daya tarik dan terlihat trendi. Selain itu dampak lain yang bisa diberikan berupa dampak negatif yang berupa, sifat konsumtif untuk membeli barang atau produk yang sedang menjadi *trend*, memberikan gambaran kelas sosial secara tidak langsung dengan orang lain. Faktor yang membuat para mahasiswa menerapkan *trend fashion* adalah tuntutan zaman saat ini yang semakin *modern* dan berkembang melihat bahwa potensi dari cara berpenampilan menarik memiliki banyak faktor keuntungan untuk di dunia kerja, untuk menarik perhatian konsumen, memberikan kesan baik, berkomunikasi menggunakan busana yang ia kenakan secara tidak langsung, kemudian berpenampilan trendi dihargai karena sebagai bentuk apresiasi usaha dari seseorang yang mampu menampilkan keunikan dirinya melalui *fashion*.

Dalam jurnal yang berjudul *Fashion Sebagai Komunikasi*

Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu penelitian *Fashion* dan gaya berpakaian sendiri berfungsi sebagai daya tarik selain menjadi penutup dan sebagai kesopanan dan untuk mendeskripsikan tentang dirinya di depan publik secara khusus dan menunjukkan citra pribadinya (Dhimas Abdillah Syarafa, 2020). Salah satu informan berpendapat bahwa *fashion* mahasiswa FISIP sebenarnya tidak melanggar tata tertib berpakaian yang ditetapkan, hanya saja di beberapa oknum, ada yang berpakaian kelewat santai. Seperti memakai kaos tapi sesuai peraturan yang ada asal kaos tersebut masih sopan dipakai di kelas maka sah-sah saja. Dan untuk gaya *fashion* yang beragam, menurut saya *fashion* adalah cara individu mengekspresikan dirinya. "Jadi menurut saya kebebasan berpakaian juga tetap hak masing-masing individu. Beda jika kita harus ke gedung jurusan atau dekanat yang memiliki peraturan lebih ketat".

Inovasi *trend fashion* yang semakin bertambah di berbagai bidang yang ada didunia ini, salah satunya ialah *fashion* yang setiap hari kian bertambah dan banyak jenisnya. *Trend fashion* di berbagai era memiliki banyak fungsi dan tujuan serta estetika yang menggambarkan bagaimana penampilan seseorang yang memakainya, *fashion* juga

sebagai identitas sosial serta sebagai sarana komunikasi seseorang, dalam *fashion* juga memiliki banyak jenis tampilan, bahan, ukuran beragam, *cuttingan*, aksesoris penunjang lainnya. Dalam perkembangannya *fashion* dimulai pada tahun 1920 dari Amerika yang mempunyai gaya *fashion* setelah perang pertama usai yang kala itu menjadi pusat mode dunia tapi dalam penerapannya pada zaman itu *fashion* dipengaruhi oleh jenis musik yang menjadi identitas *fashion* kala itu seperti musik *jazz*.

Tahun berikutnya pada 1940 *fashion* di Amerika berpengaruh dengan turunya perekonomian dan secara langsung mengubah *trend fashion* kala itu menjadi *casual* dan tidak *luxury*, lanjut pada tahun 1940 perang dunia sedang berlangsung dan mengubah fungsi dari perusahaan pabrik pakaian menjadi pabrik senjata kemudian bahan baku dasar kain wool digunakan sebagai komoditas penjualan dana perang dan disinilah lahirnya produk bahan sintetis nilon, kemudian pada tahun ini wanita banyak menggunakan *fashion* pakaian pria berbahan *jeans* dan menjadi populer saat itu. Lanjut pada tahun 1950 perang dunia sudah usai dan perusahaan tekstil pabrik pakaian sudah mulai beroperasi dari awal lagi dan membuat pakaian dari berbagai macam bahan, yang menjadi *trend center* pada kala itu ialah *casual urban*

atau *pop culture* tapi elegan yang ditunjukkan penggunaan bahan nilon yang masih dipakai menjadi kaos, topi dan mode *fashion* kala itu berkiblat musik *rock and roll*. 1960 di amerika mempunyai 3 mode *fashion* kala itu yaitu *camiseta*, *hippie* dan *futurismo* hal ini dipengaruhi perkembangan teknologi yang mulai berkembang pada tahun tersebut yang memberikan *fashion* memiliki ruang untuk menunjukkan kebebasan. Tahun ini dipenuhi dengan motif pakaian yang bergaris-garis dan desain cuttingan yang modern seperti kaos spandek dan juga celana *jeans cut bray* menjadi *trend fashion* tahun 1960.

Pada tahun 1970 pada tahun ini yang sering menjadi ikonik film - film jadul tempo dulu yang gaya berbusana, *hairdo* penggunaan aksesoris yang sangat nyentrik dimana tahun ini sangat erat dengan musik *disko* dan *punk*. Yang dimana lagi dan lagi *fashion* dipengaruhi oleh musik tahun ini didominasi celana *flare jeans*, celana pendek yang mulai dipakai dan rok mini dan atasan penuh aksesoris. Lanjut untuk tahun 1980 zaman ini juga sudah mulai dengan teknologi telepon dan perempuan sudah mulai meniti karir ditahun ini *fashion* berkiblat dengan perubahan era pekerja yang gaya berbusana aksesoris kala itu mode gaya pekerja kantoran atau disebut *yuppie style* yang memiliki kepanjangan "*Young*

Urban Profesional" yang serba rapi dan memiliki kesan minimalis. Pada tahun 1990 kembali dengan gaya kiblat *fashion* dengan didominasi *flare jeans*, kaos *oversize*, *jersey basketball* dan penggunaan *sneakers* menjadi populer pada tahun ini. Tahun berikutnya 2000 kembali *fashion* dipengaruhi oleh musik yang menghantarkan tahun 2000 dengan populernya gaya *emo* yang memiliki ciri potongan rambut miring atau poni lempar hingga menutupi mata, penggunaan *eyeshadow* hitam kemudian aksesoris dan busana funky. Pada tahun ini juga memunculkan *fashion* budaya gabungan *rock*, serba hitam, dan *funky* lahirlah gaya *grunge*, *punk* dan masuk juga budaya *h indie* dengan gaya *hippie* yang masih dipertahankan ciri khas rambut panjang, gimbal, baju dengan kesan nuansa cerah dan celana *cut bray*.

Tahun 2010 masih dengan bahan *jeans* tapi budaya subkultur menjadi faktor pengaruh *fashion* kala itu dan busana serta aksesoris yang dikenakan memiliki ciri *skinny jeans* sepatu boot yang tinggi kemudian kaos *oversize* jaket dan tas *vintage* dan zaman ini *smarthphone* juga menjadi aksesoris pendukung *fashion* pada tahun ini. Lanjut tahun 2020 hingga saat ini *fashion* memiliki banyak pengaruh seperti busana, musik, lingkungan, iklim cuaca, dan *trend* kiblat dari suatu negara. Kebanyakan *fashion* saat memiliki

tajuk *self sustaining* yang mengutamakan gaya berbusana masing-masing individu untuk berkreasi sebebaskan mungkin sesuai keinginan dari orang tersebut. *Fashion* kini juga berkiblat pada korea dengan musik *K-Pop* yang merubah industri *fashion* hingga saat ini kemudian pengaruh lainnya yaitu *fashion old money* yang mencuat kembali, *grunge*, *casual*, *formal*, *classic*, *street style* dan masih banyak lagi pada tahun 2020an pandemi juga andil dalam penyebarluasan konten *fashion* yang dimana kala itu masyarakat duni berkuat dengan alat elektronik dan juga *gadget*, namun *fashion* kala itu mulai bangkit karena sektor perekonomian melemah, mulai bangkit dengan bantuan sosial media dan internet hingga merubah rambah kacah *fashion* saat ini yang semakin *futuristik* dan memiliki banyak genre yang bisa diikuti oleh semua orang terlebih mahasiswa yang saat ini kian menggandrungi *fashion*.

Masalah dalam penelitian ini ialah seberapa pentingkah bagi mahasiswa bila berbicara tentang *fashion* yang dikenakan dan berpengaruh dengan dirinya. *Fashion* menjadi salah satu problematika dikalangan mahasiswa saat ini yang sedang melaksanakan kegiatan perkuliahan mereka ikuti, mahasiswa cenderung lebih mengedepankan penampilan apalagi mahasiswa saat ini dipenuhi

generasi muda yang sangat mengikuti *trend* saat ini. Teknologi khususnya sosial media yang menampilkan berbagai macam informasi yang membantu perkembangan *trend fashion* semakin memeperkuat faktor bahwa seorang mahasiswa mengedepankan penampilan untuk berkegiatan di kampus. Kemudian dalam lingkup pertemanan seseorang yang disebut *trendi* cenderung mudah bergaul dengan seseorang dan percaya diri jika dibandingkan orang yang tidak *trendi*. Akan tetapi orang yang tidak *trendi* tidak selalu dikucilkan oleh orang lain mereka cenderung juga menerimanya, pada penelitian jurnal yang berjudul Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung menerangkan tentang media memiliki peranan penting yang memiliki kaitan erat dengan *fashion* (Baruna Tyaswara, 2019). Contohnya tentang beberapa hal yang penting dari *fashion* adalah jurnalisme mode. Kritik komentar pesan pada sebuah pedoman bisa ditemukan dalam, koran, majalah, dalam televisi, ataupun web tentang *fashion*, dan soial media. Dalam penyebaran informasi tentang *trend fashion* saat ini sosial media memiliki peranan sebagai penyampai informasi kepada mahasiswa, sosial media seperti Tik-tok, Instagram, Twitter, Youtube memiliki pengaruh dan *influence* pada mahasiswa melalui konten yang di *upload*

berupa foto maupun video yang ada di *platform* sosial media tersebut. Saat ini sosial media tidak terlepas dai mahasiswa yang setiap hari menggunakannya untuk mencari informasi terkini yang *up to date*.

Menggunakan media masyarakat di seluruh dunia dapat mengetahui tentang *fashion*, yang membuatnya sangat cepat dan mudah. *Lifestyle* dari setiap mahasiswa juga memiliki pengaruh terhadap *fashion* yang dikenakan oleh mereka, *lifestyle* yang berbeda juga akan terlihat perbedaan mahasiswa tersebut dengan lainnya, dimana kemungkinan penggunaan *fashion item*, pakaian yang digunakan, *style*, memiliki cirikhas masing-masing. *Lifestyle* dari mahasiswa berasal dari kalangan menengah kebawah dan menengah keatas ataupun dengan *background* mahasiswa yang sudah bekerja. Pakaian menjadi sebuah kebutuhan *primer* namun *fashion* menjadi sebuah kebutuhan bagi beberapa mahasiswa karena alasan tuntutan pekerjaan dari mahasiswa yang berkuliah sambil bekerja, perilaku dari mahasiswa yang menerapkan *trend fashion* bisa menjadi sebuah budaya dalam kalangan mahasiswa secara tidak langsung dalam lingkup perkuliahan dikampus, kemudian bisa menjadi sebuah gaya hidup dimana mahasiswa menerapkan *fashion* sebagai sebuah identitas pribadinya untuk *personal branding*.

Penggunaan *fashion item* atau aksesoris pada mahasiswa seperti tas, sepatu, kalung, jam dan penggunaan make up gaya rambut, warna rambut kemudian *styling* rambut.

Mahasiswa menjadikan gaya berbusana atau *fashion* sebagai sebuah komunikasi *non verbal* yang menumbuhkan sikap persepsi terhadap mahasiswa lain yang dimana persepsi setiap orang berbeda-beda dan membuat persepsi terhadap trend ini menjadi menarik untuk di kupas secara mendalam untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap mahasiswa lainnya yang mengikuti *trend fashion* hingga mereka dikatan *trendi* oleh kalangan mahasiswa lainnya saat perkuliahan berlangsung. Bagaimana dampak yang diterima oleh persepsi yang diberikan kemudian bagaimana tanggapan dari pelaku trendi, maka dari itu *trend fashion* menjadi poin utama untuk berbusana terlebih dikalangan mahasiswa FISIP unisri menjadi pertanyaan bagaimana persepsi dikalangan mahasiswa FISIP terhadap seseorang yang dikatakan trendi.

Alasan peneliti memilih judul "*Trend Fashion Mahasiswa Saat Perkuliahan Sebagai Perilaku Trendi (Studi Kasus Persepsi Mahasiswa Tentang Trend Fashion Saat Perkuliahan Sebagai Perilaku Trendi Di*

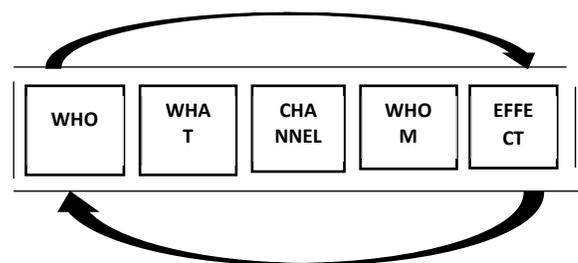
Fisip)'' yaitu, dari diri peneliti menyukai hal *fashion* dan menerapkannya dalam diri sendiri sebagai pesan tertentu yang ingin peneliti sampaikan bahwasannya terlihat trendi. Sesuai dengan rumusan masalah peneliti ingin menggali lebih dalam terlebih dalam lingkup Universitas bagaimana *trend fashion* terlebih persepsi mahasiswa mengenai *trend fashion* saat perkuliahan sebagai perilaku trendi di FISIP, karena saat ini mahasiswa memiliki pengaruh yang besar terhadap kemajuan bangsa saat ini maka sebuah trend bisa menjadi pemicu bagaimana perubahan terhadap calon penerus bangsa ini, dan bisa dijadikan sebuah pelajaran atau ilmu dalam komunikasi itu sendiri. Juga belum banyak mahasiswa yang mengakat judul tentang *fashion* dan komunikasi itu sendiri karena topik *trend fashion* menjadi tolak ukur saat ini dalam berpenampilan dan bisa dijadikan kajian bagaimana *trend fashion* memiliki pengaruh yang besar dalam bidang ilmu komunikasi. Terakhir Peneliti ingin memperluas cakupan pembahasan dalam komunikasi dengan *fashion* sebagai medianya.

Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi

Harold Laswell (Laswell, (Mulyana, 2010) menggambarkan bagaimana proses sebuah komunikasi yang

memiliki sebuah fungsi diimplementasikan dalam masyarakat. Dalam teori tentang komunikasi yang dikemukakan Laswell memiliki beberapa elemen diantaranya, adanya sumber informasi, transmitter, sinyal, saluran yang berisi sebuah gangguan, lalu kan sinyal diterima, adanya penerima pesan dan tempat tujuan. Penggunaan teori dari lasswel bisa dihubungkan dengan bagaimana terbentuknya komunikasi dalam penelitian ini yang dimana ada mahasiswa yang digambarkan sebagai komunikator, *trend fashion* sebagai pesan, lingkungan kampus sebagai media kemudian mahasiswa lainnya sebagai komunikan dan persepsi sebagai *feedback* atau *effectnya*, sehingga konsep teori ini bisa diterapkan dalam penelitian ini karena memiliki kesamaan proses dalam penyusunan sebuah pesan sesuai teori lasswell. Konsep komunikasi lasswell bisa dilihat dala bagan sebgai gamabaran bagaimana proses terjadinya komunikasi :



gambar 1.1. Model Komunikasi Harrold Laswell

Proses Komunikasi
dari Harold Laswell:

- a. *Who*
(siapa/sumber/)
Who bisa dikatakan sebagai komunikator atau sumber yang akan menyampaikan pesan, atau bisa disebut sebagai seseorang yang memulai suatu komunikasi. *Who* bisa jadi perorangan atau individu, organisasi, kelompok ataupun sebuah instansi sebagai pelaku awal dalam proses komunikasi sebagai komunikator.
- b. *What* (pesan)
What atau pesan merupakan penjeasan yang akan dikomunikasikan dari komunikator kepada komunikan atau audience.
- c. *Channel* (media)
Channel disebut sebagai media penghubung yang digunakan untuk menyampaikan pesan oleh

komunikator atau pelaku komunikasi yang nantinya akan dikirimkan dan diterima oleh komunikan atau *audience* yang dituju. Media ini sangat berperan penting dalam efektifitas komunikasi yang akan dilakukan.

- d. *Whom*
(penerima/audience)
Whom atau penerima pesan bisa disebut komunikan, penerima pesan ini bisa berupa seseorang individu, kelompok, organisasi ataupun instansi Negara yang menerima pesan dari komunikator secara langsung maupun secara tidak langsung menggunakan media yang telah dipilih oleh komunikator atau pengirim pesan.
- e. *Effect*
(dampak/*feedback*)
Effect atau dampak bisa terjadi setelah komunikan menerima pesan

yang telah sampai, setelah menerima pesan dari komunikator banyak efek atau dampak yang bisa timbul atau muncul setelah pesan itu tersampaikan.

Dalam teori Laswell memiliki dua asumsi yaitu yang pertama tentang bagaimana komunikator secara instan mempengaruhi penerima, dan kedua tentang bagaimana penerima bukan hanya penerima pasif yang dari sumber di mana semuanya merespons dengan cara yang sama.

Mode teori ini bisa beririsan dengan penelitian ini dikarenakan dalam penelitian ini persepsi bisa digambarkan adalah sebuah *effect* atau *feedback* dari pesan yang disampaikan oleh komunikator. Secara singkat mahasiswa

menjadi komunikator kemudian trend fashion menjadi sebuah pesan dan kampus menjadi media yang akhirnya menjadikan persepsi sebagai efek atau *feedback* dari komunikasi yang telah dilakukan.

2. Persepsi

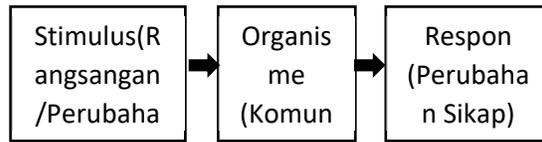
Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, sebuah peristiwa atau hubungan didapat dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi yaitu memberikan makna pada stimuli inderawi (sensor stimulus) (Rakhmat, 2004). Persepsi merupakan sebuah proses dimana kita mengetahui tentang banyak rangsangan yang dapat mempengaruhi indera. Persepsi juga bisa memberikan pengaruh rangsangan yang akan diterima dan makna apa saja yang akan dihasilkan kemudian dikemukakan ketika sudah menyadarinya, oleh karena itu dalam persepsi memiliki peran yang amat penting bagi kajian ilmu komunikasi dalam segala bentuk dan fungsinya. (Slameto, 2015) mengemukakan tentang persepsi memiliki makna dimana proses tentang masuknya sebuah pesan atau

informasi ke dalam otak manusia. Dengan persepsi manusia akan terus mengadakan hubungan dengan lingkungannya, hubungan yang akan dilakukan ini menggunakan inderanya yaitu indera penglihatan, pendengaran, peraba dan penciuman. Persepsi komunikasi adalah proses menilai dan menafsirkan informasi yang diterima dari komunikasi antar individu. Dalam psikologi komunikasi, analisis persepsi berkaitan dengan bagaimana individu memproses informasi dan membuat arti dari komunikasi yang mereka terima. Ini mempertimbangkan faktor seperti pengalaman, motivasi, harapan, dan situasi saat ini dari individu yang menerima informasi. Analisis persepsi komunikasi memainkan peran penting dalam memahami bagaimana komunikasi mempengaruhi perasaan, perilaku, dan hubungan antar individu.

Berdasarkan kesimpulan dari teori diatas menyimpulkan bahwa persepsi merupakan sebuah pemaknaan tentang fenomena yang memiliki hubungan dengan sebuah kejadian. Persepsi memberikan seseorang makna untuk bisa menyadari dan mengerti keadaan

lingkungan sekitarnya, oleh karena itu dalam persepsi dapat terjadi stimulus dari luar seseorang tersebut, karena sebuah persepsi adalah aktivitas *ter-integreted*. Walaupun stimulus yang telah diterima sama namun karena sebuah faktor dari pengalaman serta kemampuan berfikir yang berbeda antara individu yang satu dengan individu yang lain kemungkinan hasil persepsi juga berbeda.

Teori S-O-R (Effendy, 2003) Ketika individu telah memberikan tanggapan persepsi terhadap sesuatu bisa dikatakan layakanya didalam teori *Behaviorisme purposif* atau yang disebut dengan teori S-O-R. Teori ini digunakan biasanya untuk menggambarkan sejumlah teori ynang saling memiliki hubungan dengan bidang psikologi, sosiologi, serta ilmu tentang perilaku. Formula dalam S-O-R S disini dibaca sebagai suatu bentuk stimulus atau rangsangan kemudian O untuk melambangkan peran kognisi yang menengasi S dan R. Yang dimaksud kognisi disini ialah pemikiran, mental untuk memproses, menyimpan, dan mengubah ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan ini adalah hasil persepsi sebagai hubungan antara benda, kejadian, atau yang telah diallami oleh panca indera kita.



Gambar 1.2 Model Komunikasi Persepsi

Dari R. Effendy, 1993:255

a. Stimulus

Dalam psikologi stimulus adalah bagian dari sebuah respon stimuli yang memiliki hubungan dengan kelakuan. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada dalam prosesnya bisa saja diterima dan juga bisa ditolak. Komunikasi yang dilakukan akan berlangsung saat komunikasi terlihat ada perhatian. Proses selanjutnya ialah mengolah pesan yang sudah diterimanya menjadi sebuah kesediannya sikap, yang dimana perubahan sikap ini bisa dipengaruhi oleh pesan yang telah disampaikan.

b. Organisme

Organisme atau dikatakan disini sebagai individu kemudian dengan makhluk hidup yang dimana terdiri atas manusia, hewan, tumbuhan, serta makhluk hidup lainnya yang menjadi pemicu tumbuhnya sebuah perhatian, dalam tahap ini

ada tiga pengolahan yang dilakukan,

1. Perhatian, yakni dalam komunikasi perhatian menjadi tolak utama bahwa pesan yang disampaikan memiliki tanda komunikasi tertarik dan bisa menerima pesan tersebut karena sebuah pemicu perhatian itu tadi.
2. Pengertian, disini sebagai komunikasi akan menstimulasi pesan yang telah diberikan.
3. Penerimaan, selanjutnya proses ini sebagai proses dimana komunikasi yang telah mendapat perhatian dan mulai menstimulasi pesan, akhirnya akan menuju proses penerimaan yang akan mengubah sikap, perilaku kepada komunikator yang telah memberikan stimuli.

c. Respon

Adalah sebuah bentuk reaksi dari stimulus yang memiliki keterbatasan kepada perhatian sebuah persepsi,

pengetahuan, penilaian, asumsi, serta motivasi akan terjadi kepada komunikator yang menerima stimulus dari komunikator. Tahap ini bisa kita temui tanda perilaku yang dilihat seperti,

1. *Awareness*, atau kesadaran, merupakan dimana individu mengetahui tentang stimulus dari objek.
2. *Interest*, bisa dikatakan sebagai seseorang yang tertarik kepada stimulus yang telah diterimanya.
3. *Evaluation*, memiliki arti tentang memilah antara baik dan tidaknya stimulus yang telah diterimanya.
4. *Trial*, dikatakan sebagai seseorang yang ingin mencoba berilaku baru.
5. *Adoption* ialah, Adalah sebuah subjek yang memiliki perilaku baru sesuai dengan ilmu pengetahuan, kesadaran serta sikapnya terhadap stimulus yang telah diberikan.

Menurut (Sobur, 2003) dalam bukunya yang berjudul Psikologi Umum faktor yang dapat mempengaruhi sebuah persepsi dari seseorang diklasifikasikan sebagai berikut :

a. *Fungsional*

Faktor *fungsional* adalah hasil dari sebuah kebutuhan, suasana

hati, elayanan, pengalaman masalah seseorang. Persepsi memiliki sifat selektif secara fungsional, dimana seseorang mempersepsi sesuatu yang akan memberikan sebuah tekanan sesuai dengan tujuan orang tersebut.

b. *Struktural*

Faktor ini memberikan arti bahwa faktor ini muncul atau dihasilkan oleh rangsangan dan dari efek netral yang diberikan oleh sistem syaraf individu.

c. *Situasional*

Faktor ini lebih kepada keadaan atau sering berhubungan dengan bahasa nonverbal dengan petunjuk disekitar dalam mempengaruhi suasana.

d. *Personal*

Faktor ini mengacu pada individual atau perorangan yang mana tergantung kepada setiap individu memiliki perbedaan masing-masing tergantung dari pengalaman, kepribadian pola pemikiran yang membantu dalam proses persepsi. Kondisi pada individu bisa memengaruhi hasil persepsi dari dua sumber yaitu, segi kejasmanian dan psikologis.

Sementara menurut (Mc Croskey dan Whelness (Ritonga, Komunikasi Antarpribadi, 2005) mengemukakan ada empat tahapan persepsi yaitu :

1. Penerimaan dalam sebuah pesan dan informasi eksternal.
2. Memberikan sebuah kode kepada informasi pada indera.
3. Menginterpretasikan tentang informasi.
4. Menyimpulkan makna didalam sebuah ingatan.

Syarat akan terjadinya sebuah persepsi :

1. Objek fisik menjadi salah satu pemicunya, yaitu dimaksud sebagai objek yang dapat dirasakan, dicium, diraba, didengar sehingga menimbulkan stimulus.
2. Kemudian secara fisiologis, bermakna dimana adanya tiga faktor dominan yaitu alat indera, saraf sensorik dan otak.
3. Kemudian dengan psikologis, memberikan makna yaitu adanya sebuah perhatian dari seorang individu hingga akhirnya menyadari apa yang diterima.

Persepsi menurut (DeVito, 1997) mengungkapkan sebuah proses persepsi ada tiga tahap yaitu,

1. Proses awal dengan stimulasi sensoris dimana proses ini merupakan proses sensori.
2. Kemudian stimulasi organisasi yaitu tahap yang merupakan sebuah kelanjutan dari tahap pertama nantinya pada tahap ini akan diperoleh hasil

pemahaman tertentu dengan prinsip yang memiliki kesamaan/ kemiripan.

3. Proses akhir dalam stimulasi sensori diinterpretasikan, yang bertujuan bahwa apa yang diterima melalui sensori kemudian diberikan kepada makna atau dilakukan penafsiran.

Persepsi menurut (Thoha, 2003) dalam proses terjadinya sebuah persepsi memiliki 4 proses yaitu :

1. *Stimulus* (Rangsangan)

Stimulus merupakan tahapan awal pada sebuah persepsi pada individu yang mulanya menerima sebuah stimulus atau rangsangan dari lingkungan sekitar atau individu lainnya.

2. *Registrasi*

Kemudian tahapan selanjutnya adalah registrasi dimana pada tahapan ini setelah individu menerima stimulus kemudian diproses oleh sistem syaraf. Mulailah proses pengaruh serta bekerjanya alat indera.

3. *Intepretasi*

Pada tahap setelahnya di tahap ketiga yaitu intepretasi dimana setelah stimulus yang diterima di awal lalu di terima oleh sistem syaraf pada akhirnya di tahap ini pengolahan stimulus yang diterima. Dalam proses ini

intepretasi pada setiap individu akan dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu, bagaimana individu mendalami proses, motivasi pemikiran, kepribadian yang dimiliki oleh individu.

4. *Feedback* (Umpan Balik)

Pada tahapan ini individu yang sudah memproses pada tahapan sebelumnya mempersepsikan stimulus yang diterimanya lalu diolah oleh syaraf dan panca indera dan akhirnya menjadi sebuah *feedback*. *Feedback*nya sendiri bisa berupa perubahan perilaku, pola pikir, ataupun ucapan terhadap stimulus yang telah mereka terima.

Metodologi Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti ini menggunakan sebuah pendekatan deskriptif kualitatif yang memiliki landasan tentang sebuah fenomena atau sebuah realita yang sedang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *fenomenologi* yang berusaha untuk memahami tentang makna dari suatu peristiwa serta sebuah interaksi yang dilakukan oleh manusia dalam sebuah situasi yang khusus. Penelitian menggunakan cara ini diawali dengan sikap diam dan kemudian terbuka tanpa prasangka.

Perspektif yang mengarahkan dalam apa yang akan dicari oleh peneliti pada kegiatan penelitiannya, seperti melakukan sebuah kegiatan didalam situasi penelitian, bisa juga peneliti melakukan penafsiran tentang beragam informasi yang telah digali dan dicatat, semuanya bergantung pada sebuah perspektif teoritis yang digunakannya (Bogdan & Taylor 1975 (Surayya, Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian Kesehatan, 2018) tentang Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian Kesehatan). Hal ini sesuai dengan pembahasan pada penelitian ini yang akan mendeskripsikan secara terperinci berdasarkan fenomena *trend fashion* sebagai perilaku trendi saat berkuliah mahasiswa FISIP UNISRI Surakarta. Selain itu juga menurut (Sugiyono, (Adhimah, Peran Orang tua Dalam menghilangkan Rasa Canggung Anak Usia Dini, 2020) tentang Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo).

Lokasi penelitian akan dilakukan secara langsung dilapangan dengan obyek di lingkungan kampus Universitas Slamet Riyadi Surakarta khususnya pada Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik, untuk Obyek penelitian ini ialah mahasiswa FISIP dari Prodi Ilmu Komunikasi, Administrasi Negara, Hubungan Internasional tentang trend fashion sebagai perilaku trendi di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Slmaet Riyadi Surakarta. Dan untuk cakupan wilayah sendiri penelitian ini mencakup lingkungan tingkat fakultas saja di Univeristas Slamet Riyadi Surakarta yaitu FISIP dengan tujuan pemillihan ruang lingkup yang bisa dicakup lebih mendalam dan fokus sesuai dengan judul penelitian ini, selain itu pertimbangan dari observasi sementara yang dilakukan untuk memilih tempat fakultas ini dikarenakan sesuai masalah yang ditemukan di fakultas FISIP kemudian obyek yang akan diteliti dalam fakultas ini sangat beragam tentang *fashion* yang digunakan sesuai dan memiliki potensi sebagai bahan penelitian.

Penggunaan Jenis serta sumber data merupakan sebuah bagian yang paling penting yaitu memilih serta menentukan bagaimana jenis dan sumber data yang akan menentukan bagaimana kekayaan serta melimpahnya data dan detail informasi yang diperoleh. Untuk sumber

data dalam penelitian kualitatif bisa berupa dari manusia, peristiwa atau aktifitas yang sedang dilakukan, tempat atau lokasi penelitian, peralatan yang ada, media dokumentasi berupa foto video, atau dokumen arsip terkait. Menurut Sutopo dalam buku Metodologi Penelitian Kesehatan (Masturoh, 2017) menyatakan bahwa sumber data didalam penelitian kualitatif bisa seperti manusia, peristiwa, tingkah laku, dokumen, dan arsip benda lain. Untuk jenis data terbagi ada 2 yaitu,

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat oleh peneliti kemudian secara langsung dari sumber datanya. Data primer dikatakan juga sebagai data asli atau data baru. Dalam menemukan data primer peneliti harus mengumpulkan secara langsung dengan menggunakan teknik seperti observasi, wawancara dan dokumentasi mahasiswa aktif Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Data yang akan dikumpulkan untuk data primer yakni dari

wawancara, observasi dan dokumentasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data yang didapat peneliti dari berbagai sumber data atau media yang ada. Data sekunder ini umumnya seperti bukti, penelitian, contoh kasus, catatan maupun sejarah yang telah ditata didalam arsip data tertentu yang tidak diungkapkan maupun yang diungkapkan. Data sekunder tersebut adalah hasil penelitian dari jurnal penelitian yang dibuat oleh Baruna Tyaswara, Reza Rizkina Taufik, Mahardiansyah suhadi, Ratna Danyati (2017) yang berjudul "Pemaknaan terhadap *Fashion Style* Remaja di Bandung". Untuk penggunaan data sekunder sendiri bertujuan penguatan analisis yang dilakukan oleh peneliti dengan asal sumber data sekunder dari media tertulis seperti jurnal, artikel ataupun berita online di website yang memiliki kredibilitasnya bisa dipercaya.

Didalam teknik penentuan informan yang akan dilakukan disini peneliti menggunakan teknik sampling yang memiliki

sifat purposive sampling atau sampling bertujuan. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik sampling dalam penentuan informan yaitu dengan memilih informan yang dianggap mengetahui permasalahan serta dapat dipercaya pernyataanya yang akan dijadikan sebagai sumber data yang memiliki kebenaran dan pengetahuan yang diinginkan.

Ciri-ciri Informan untuk penelitian ini,

- a. 2 orang informan setiap prodi (Administrasi Negara, Ilmu Komunikasi, Hubungan Internasional) di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
- b. Paham tentang *trend fashion* itu sendiri
- c. Dapat memberikan tanggapan atau persepsi tentang trend fashion
- d. Mahasiswa aktif UNISRI Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
- e. Mengikuti Perkembangan *Trend Fashion* Saat Ini

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan terhadap gejala-gejala yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung bersifat aktif dengan tujuan akan terlibat jauh bagaimana komunikasi antarpribadi dalam *fashion* digunakan dapat mempengaruhi lawan bicara sehingga *feedback* yang diberikan setiap individu berbeda.

b. Wawancara

Adalah teknik untuk pengumpulan data yang penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti, Pawito dalam jurnal yang berjudul Pola Komunikasi Dalam Pengaderan HMI Komisariat ISIP UMM oleh (Jayadi, 2017).

c. Dokumentasi

Merupakan teknik yang diperlukan untuk melengkapi data yang dirasa masih kurang dari kedua teknik sebelumnya, data ini digunakan sebagai relevansi serta pelengkap dari kedua data yang dirasa belum cukup dalam melalui pengumpulan dokumen atau catatan yang ada dan dianggap relevan dengan yang diteliti, contohnya adalah foto dari *Fashion OOTD* yang dipakai oleh mahasiswa, *Mix & Match* aksesoris serta *brand* atau jenis pakaian busana yang dikenakan.

Validitas adalah sebuah instrument atau bisa dikatakan alat ukur kebenaran didalam proses penelitian. Metode untuk mengukur yang digunakan untuk melaksanakan penelitian harus sesuai standar dan bisa digunakan untuk panduan dalam pelaksanaan pengukuran data yang akan diteliti. Kemudian reliabilitas adalah kehandalan atau ketepatan sebuah alat ukur atau *instrument* dalam mengukur sebuah objek. Maka dari itu pengujian kualitatif perlu dilakukan dengan metode.

a. Uji kredibilitas

Yaitu pengujian Menurut (Lapau, 2012) dalam bukunya yang berjudul Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, Disertasi 2012, uji kredibilitas adalah uji kepercayaan

dari data yang telah dihasilkan selama proses penelitian kualitatif. Ada lima poin penting yang dilakukan untuk uji kredibilitas ini seperti melakukan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, kemudian triangulasi data, serta analisis kasus negatif. Keakuratan, keabsahan, serta kebenaran suatu data yang telah dikumpulkan dan dianalisis sejak awal penelitian kualitatif akan menentukan kebenaran dan ketepatan hasil penelitian sesuai fokus penelitian. Supaya hasil dari penelitian bisa tepat sesuai konteks, maka dalam penelitian kualitatif perlu dilakukan uji kredibilitas yang terdiri atas enam cara yaitu, meningkatkan ketekunan pengamatan, memperpanjang waktu keikutsertaan peneliti di lapangan, melakukan cek dengan anggota lain dalam kelompok, melakukan triangulasi sesuai aturan, serta menggunakan referensi

yang tepat, menganalisis kasus negatif.

b. Uji *transferability*

Sugiyono (Sugiyono, 2015) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kombinasi, menjelaskan bahwa uji transferabilitas (*transferability*)

merupakan sebuah teknik untuk menguji tentang validitas eksternal didalam penelitian kualitatif. Pengujian ini bisa menunjukkan berapa derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian kedalam populasi dimana sampel itu diambil. uji ini adalah sebuah validitas eksternal untuk penelitian kualitatif dimana ditunjukkan derajat ketepatan atau lebih detailnya dari hasil penelitian dalam populasi dari sampel diambil, kemudian nilai transfer yang dimiliki dihimpun untuk digunakan dalam pertanyaan hingga dapat digunakan dalam situasi lain. nilai transfer ini tergantung bagaimana dari pemakai hingga hasil penelitian bisa digunakan

dalam sebuah konteks serta situasi sosial lainnya. oleh karena itu peneliti disini membuat laporannya diuraikan secara terperinci, jelas, sistematis, dan bisa dipercaya kredibilitasnya. Jika pembaca laporan pada penelitian mendapat sebuah gambaran yang sedemikian jelasnya, "semacam apa" suatu hasil penelitian diberlakukan (*transferability*), maka laporan tersebut memenuhi standar transferabilitas.

- c. Uji *dependability*
Uji *dependability* atau bisa disebut Reliabilitas merupakan suatu metode pengujian dalam penelitian jika seseorang dapat mengulangi atau merepresentasikan tentang proses penelitian tersebut. Uji ini dapat dilakukan dengan syarat banyaknya peluang seorang peneliti harus memiliki data tanpa turun ke lapangan secara langsung, oleh karena itu penelitian ini bisa dikatakan tidak *reliable* atau *dependable*. Maka

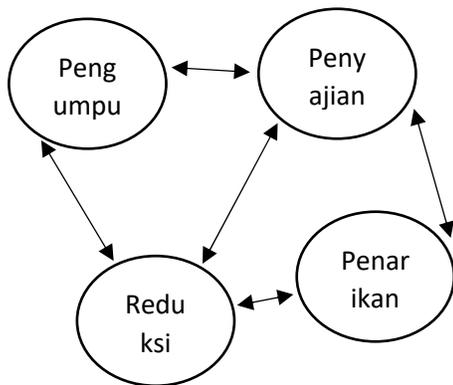
dalam penelitian ini uji *dependability* harus dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian dengan pembimbing untuk dapat menerangkan seluruh kegiatan data sampai analisisnya dan pengambilan keputusan.

- d. Uji *confirmability*
Dalam melakukan uji *confirmability* bisa dikatakan juga dengan uji objektivitas dalam sebuah penelitian. Penelitian ini bisa dikatakan objektif jika hasil penelitian sudah disepakati oleh banyak orang. Penelitian kualitatif dengan uji *confirmability* mirip dengan uji *dependability* sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Dalam melakukan pengujian *confirmability* oleh karena itu menguji hasil penelitian kemudian mengkaitkan dengan proses yang sedang dilakukan. Jika hasil penelitian merupakan fungsi dari sebuah proses penelitian yang dilakukan maka penelitian itu sudah

memenuhi standar confirmability. Dalam penelitian ini jangan sampai melewati prosesnya tetapi hasilnya malah ada.

Teknik Analisis Data

Menurut Miles Dan Huberman dikutip Parwito dalam jurnal yang berjudul Pola Komunikasi Pada HMI Komisariat ISIP UMM 2017 (Jayadi, 2017), analisis data dalam penelitian kualitatif pola dasarnya dikembangkan dengan pengumpulan data, kemudian reduksi kemudian mengarah, sajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang bersumber dari hasil wawancara dengan narasumber dan mengumpulkan data melalui dokumen yang nantinya akan dianalisis. Data kemudian yang berasal dari hasil mengobservasi penulis didalam pengamatan sehari-hari yang dilakukannya terhadap sumber informasi.



Gambar 1.3 :
Analisa Data Model Interaktif Dari Miles Dan
Huberman
Parwito (2008 : 105)

1. Pengumpulan Data

Data yang telah diperoleh dari hasil pelaksanaan wawancara serta dari dokumentasi kemudian dicatat dalam sebuah bagian yaitu ada dua bagian dimana ada bagian deskriptif serta pada bagian *reflektif*. *Deskriptif* sendiri merupakan catatan secara langsung yang menggunakan pengamatan, pendengaran kemudian yang ditemui saat dilapangan tanpa ditambahkan persepsi sendiri oleh peneliti. Sedangkan *reflektif* lebih kepada catatn yang berisi pendapat atau opini tentang kesan penafsiran peneliti yang ditemui dalam penemuan penelitian ini.

2. Penyajian Data

Jika datanya sudah terkumpul maka selanjutnya dibuatlah reduksi data yang dimana dalam menentukan data yang dianggap relevan dan makna maka difokuskan kedalam data yang memiliki pemecahan permasalahan. Data yang ditemukan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dalam sebuah penelitian. Kemudian melakukan minimalisasi penyusunan secara sistematis serta dijabarkan tentang bagaimana hal yang menyangkut penemuan menjadi sebuah makna. Proses dalam reduksi data sendiri memiliki konteks temuan yang memiliki kaitan dengan permasalahan penelitian. Akan tetapi untuk

penemuan data yang tidak memiliki keterkaitan dengan masalah penelitian maka tidak dimasukkan. Kesimpulannya data yang digunakan dalam analisis untuk mengarahkan serta membedakan dan memperjelas untuk data yang penting. Dengan melakukan hal tersebut data yang diperlukan dapat membuat peneliti mudah menemukan jawabannya.

3. Reduksi Data

Bentuk penyajian data ada banyak bentuk serta jenisnya, seperti bentuk gambar, tulisan, kemudian grafik dan tabel, penyajian memiliki tujuan untuk membuat gabungan dalam informasi sebagai penggambaran tentang situasi yang sedang terjadi. Oleh karena itu agar dalam penelitian penelitik tidak menemui kesulitan tentang informasi yang harus dikuasai secara menyeluruh dan mendalam. Jadi peneliti diharuskan melakukan pembuatan sebuah naratif yaitu grafik dari hasil penelitian yang bertujuan memudahkan untuk menguasai data yang telah diperoleh. Hal ini kemudian dilakukan karena dengan pendataan yang telah disusun kurang rapi dan tidak teratur dapat membuat hasil dang mempengaruhi peniliti untuk menyimpulkan secara tergesa dan tanpa pemikiran yang matang serta mendasar.

4. Penarikan Kesimpulan

Kemudian hasil untuk membuat penarikan sebuah kesimpulan dapat dilakukan jika kelangsungan penelitian ini contohnya melakukan reduksi data, kemudian jika datanya sudah terkumpul bisa dilakukan untuk pengambilan kesimpulan sementara. Jika pada akhirnya data yang dicari sudah lengkap dan detail bisa dilakukan penyimpulan akhir. Awal mula penelitian dilakukan penemuan makna data yang terkumpul juga perlu menemukan identitas pola persamaan dengan hubungan hipotesis lainnya. Pada awalnya pembuatan kesimpulan belum terlalu jelas, dan belum bisa dikatakan benar kana tetapi jika data yang diperoleh semakin bertambah dari pelaksanaan observasi, wawancara serta dokumentasi, perolehan data untuk hasil penelitian ini bisa ditarik kesimpulan dan bisa dinyatakan untuk klarifikasi berlangsungnya penelitian ini.

Pembahasan

Trend Fashion

Dalam penelitian ini obyek yang diteliti yaitu *trend fashion*, yang memiliki makna tentang perubahan mode dan gaya berpakaian yang terus berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. *Trend fashion* dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti perkembangan zaman,

budaya, gaya hidup, dan peran sosial media. Beberapa industri mode memanfaatkan *trend fashion* untuk mempromosikan dan menjual produk mereka, serta mempengaruhi gaya hidup dan preferensi pembeli. Oleh karena itu, *trend fashion* memiliki pengaruh besar terhadap ekonomi dan budaya. Namun, *trend fashion* juga dapat memiliki dampak negatif, seperti pemborosan uang dan lingkungan. Beberapa *trend fashion* seringkali memiliki umur pakai pendek dan harus diganti dengan yang baru, yang dapat memperburuk masalah lingkungan dan sosial. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memahami dan mempertimbangkan dampak *trend fashion* terhadap lingkungan dan masyarakat sebelum membuat keputusan tentang gaya berpakaian mereka. Ini dapat dilakukan dengan mempertimbangkan pilihan pakaian dan aksesoris yang berkualitas, serta mempromosikan gaya hidup berkelanjutan. Secara keseluruhan, *trend fashion* merupakan bagian dari gaya hidup dan budaya, tetapi harus dipahami dan dipertimbangkan dengan baik agar tidak memiliki dampak negatif bagi lingkungan dan masyarakat.

Dalam *trend fashion* ini pada kalangan mahasiswa banyak mahasiswa yang menjadi bagian dari pergerakan ini dan mempengaruhi gaya berpakaian

mereka sesuai dengan *trend fashion* saat ini. Mahasiswa sering menganggap *trend fashion* sebagai bagian dari identitas mereka dan memiliki keinginan untuk tampil fashionable dan *up-to-date*. Mereka cenderung mengikuti *trend fashion* melalui media sosial, *fashion blogger*, atau dengan membaca majalah mode. Namun, pengaruh *trend fashion* juga memiliki sisi negatif, seperti menimbulkan tekanan sosial untuk membeli pakaian dan aksesoris yang mahal dan seringkali memiliki umur pakai pendek. Beberapa mahasiswa mungkin juga merasa tertekan untuk memenuhi ekspektasi sosial dengan mengikuti *trend fashion*, meskipun ini tidak sesuai dengan gaya atau preferensi pribadi mereka. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memahami bahwa *trend fashion* adalah bagian dari gaya hidup mereka dan tidak harus mempengaruhi identitas atau harga diri mereka. Mereka harus memilih dan memadukan pakaian dan aksesoris yang sesuai dengan gaya dan budget mereka, dan tidak terpengaruh oleh tekanan sosial untuk mengikuti *trend fashion*.

Trend fashion dapat memengaruhi persepsi mahasiswa dalam berbagai cara. Berikut adalah beberapa analisis sementara penulis tentang hal tersebut seperti,

1. Pembentukan identitas: *Trend fashion* dapat membantu

mahasiswa membentuk identitas mereka dan membedakan diri dari orang lain. Melalui pemilihan pakaian dan aksesoris yang sesuai dengan gaya dan selera mereka, mahasiswa dapat memperkuat identitas mereka dan menunjukkan siapa mereka sebenarnya.

2. Perubahan sosial: *Trend fashion* dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap sosial dan budaya. Banyak *trend fashion* yang berkembang dan muncul seiring dengan perkembangan teknologi dan budaya, dan ini dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap apa yang dianggap trendi dan menarik.

3. Pertimbangan moral dan etika: *Trend fashion* juga dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap moral dan etika, terutama jika *trend fashion* berasal dari industri *fashion* yang tidak bertanggung jawab dan tidak ramah lingkungan. Ini dapat memengaruhi bagaimana mahasiswa memandang dan memilih pakaian dan aksesoris yang mereka gunakan.

4. Persepsi diri: *Trend fashion* juga dapat memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap diri mereka sendiri, terutama jika mereka merasa tidak puas dengan gaya berpakaian mereka. Ini dapat memicu rasa

tidak percaya diri dan memengaruhi bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan bagaimana mereka diterima oleh orang lain.

Trend fashion dapat memengaruhi persepsi mahasiswa dengan cara yang besar dan jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana *trend fashion* dapat memengaruhi persepsi mereka dan membuat keputusan yang bijak dan tepat.

2. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik memiliki 3 prodi yaitu Hubungan Internasional, Ilmu Komunikasi dan Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) adalah salah satu fakultas di Universitas Slamet Riyadi Surakarta (UNSRI). Fakultas ini memiliki program studi yang mencakup bidang ilmu sosial dan ilmu politik, seperti Ilmu Komunikasi, Ilmu Administrasi Negara, dan Ilmu Hubungan Internasional. Fakultas FISIP memiliki dosen yang berkualitas dan memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman yang baik. Fasilitas yang tersedia di fakultas ini memadai dan membantu memfasilitasi

kebutuhan akademis mahasiswa. Fakultas FISIP juga memiliki beberapa kegiatan ilmiah dan sosial yang membantu meningkatkan kemampuan dan pengalaman mahasiswa, seperti seminar, diskusi, dan kegiatan lainnya. Fakultas ini juga memiliki kerjasama dengan beberapa perusahaan dan institusi lokal dan internasional, yang membantu mahasiswa memperoleh pengalaman kerja dan meningkatkan koneksi dengan dunia industri. Secara umum, Fakultas FISIP di UNSRI memiliki potensi untuk menjadi salah satu fakultas terkemuka di bidang ilmu sosial dan ilmu politik, dan membutuhkan upaya bersama dari semua pihak untuk meningkatkan kualitas pengajaran, fasilitas, dan layanan bagi mahasiswa dan masyarakat. Dalam perkuliahan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Hasil proses daam penelitian ini yaitu persepsi mahasiswa tentang *trend fashion* saat perkuliahan sebagai sebuah perilaku trendi di FISIP, peneliti telah melakukan wawancara dengan 6 informan menurut kriteria informan yang dipilih untuk penelitian ini adalah 2 orang

informan setiap prodi (Administrasi Negara, Ilmu Komunikasi, Hubungan Internasional) di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Paham tentang trend fashion itu sendiri, dapat memberikan tanggapan atau persepsi tentang *trend fashion*, mahasiswa aktif UNISRI Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, mengikuti Perkembangan *trend fashion* Saat ini Kemudian dalam prosesnya proses terjadinya persepsi melalui 4 tahapan yaitu stimulus, registrasi, interpretasi dan umpan balik kemudian dalam prosesnya dilakukan observasi oleh peneliti dan dokumentasi.

Penutup

Simpulan

Dapat disimpulkan bahwa *trend fashion* merupakan perilaku trendi yang dipengaruhi oleh perkembangan zaman, budaya, sosial media dan gaya hidup. Mahasiswa yang menjadi bagian dari pergerakan ini dan mempengaruhi gaya berpakaian mereka sesuai dengan *trend fashion* saat ini. Penelitian ini memiliki temuan lain dimana persepsi mahasiswa terhadap *trend fashion* bervariasi, mulai dari positif, negatif, hingga netral. Beberapa mahasiswa menganggap *trend*

fashion sebagai bagian dari gaya hidup dan merasa percaya diri dan *stylish* dengan mengikuti mode terkini. Namun, sebagian mahasiswa lain merasa tekanan untuk memenuhi ekspektasi sosial dan membeli pakaian dan aksesoris yang mahal dan seringkali memiliki umur pakai pendek. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memahami bahwa *trend fashion* adalah bagian dari gaya hidup mereka dan tidak harus mempengaruhi identitas atau harga diri mereka. Mereka harus memilih dan memadukan pakaian dan aksesoris yang sesuai dengan gaya dan *budget* mereka, dan tidak terpengaruh oleh tekanan sosial untuk mengikuti *trend fashion*. Pemahaman dan pemikiran kritis terhadap *trend fashion* akan membantu mahasiswa untuk membuat keputusan yang tepat dan bijak mengenai gaya berpakaian mereka.

Saran

Pertimbangkan kenyamanan Saat memilih *trend fashion*, mahasiswa harus mempertimbangkan kenyamanan tentang model pakaian, bahan, dan memastikan bahwa gaya berpakaian dan aksesoris yang dipilih membuat mereka merasa nyaman dan tidak terlalu

membebani tetapi tetap memperhatikan norma kesopanan. Fokus pada personalitas dimana lebih baik mempertahankan gaya berpakaian yang sesuai dengan personalitas dan memperkuat citra diri daripada mengikuti *trend fashion* yang tidak sesuai dengan personalitas. Hindari tindakan tidak bertanggung jawab contohnya mahasiswa harus memastikan bahwa *trend fashion* yang dipraktikkan tidak mempengaruhi orang lain secara negatif atau membuat mereka merasa tidak nyaman. *Trend fashion* harus digunakan secara *moderat* dan tidak berlebihan. Ini memastikan bahwa *trend fashion* tidak mengambil peran utama dalam hidup mahasiswa dan membantu mereka menjaga keseimbangan antara *trend fashion* dan aktivitas lain. Dengan demikian, mahasiswa harus mempertimbangkan kenyamanan, fokus pada personalitas, hindari tindakan tidak bertanggung jawab, dan gunakan *trend fashion* secara moderat agar mereka dapat mempraktikkan *trend fashion* secara bijaksana dan tidak mempengaruhi orang lain secara negatif.

Daftar Pustaka

Buku

DeVito. (1997). *Komunikasi antar manusia*. Jakarta: Profesional Book.

Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Sukanto, S. (2014). Kamus Sosiologi. In R. Grafindo, *Kamus Sosiologo* (p. 186). Jakarta: Raja Grafindo.

Thoha. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Mulyana, D. (2010). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. *Ilmu Komunikasi*.

Rakhmat, J. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Jurnal

Adhimah, S. (2011). Peran Orang tua Dalam Menghilangkan

Rasa Canggung Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, 57-62.

Adhimah, S. (2020). Peran Orang tua Dalam menghilangkan Rasa Canggung Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, 57-62.

Baruna Tyaswara, R. R. (2019). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *E-Journal*, 5.

Brawijaya, U. (2022, November 10). *ub.ac.id*. Retrieved from [ub.ac.id: http://www.ub.ac.id](http://www.ub.ac.id)

Dhimas Abdillah Syarafa, L. A. (2020). Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa Fisip Universitas Bengkulu. *Jurnal Komunikasi*, 2.

Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Jayadi, I. (2017). Pola Komunikasi Dalam Pengaderan Pada HMI Komisariat ISIP UMM. *Jurnal Penelitian Universitas Negeri Malang*, 132.

Kasim, U. I. (2022, September 22). *uin-suska.ac.id*. Retrieved from [uin-suska.ac.id: hhttp://www.uin-suska.ac.id](http://www.uin-suska.ac.id)

Semarang, U. N. (2022, September 20). *ejournal.unesa.ac.id*.

Retrieved from
ejournal.unesa.ac.id:
<http://www.unesa.ac.id>

Shanty Handayani, I. M. (2018).
Persepsi Mahasiswa
Arsitektur Tingkat Satu
Terhadap Prospek dan Masa
Depa Profesi Arsitektur.
Jurnal Rekayasa, 087-100.

Lestrai, S. B. (2014). Busana
Menunjukkan Siapa
Pemakainya. *Jurnal
Pengembangan Humaniora*, 3.

Mada, U. G. (2020, September 1).
ugm.ac.id. Retrieved from
ugm.ac.id: <http://ugm.ac.id>

Masturoh, I. (2017). *Metodologi
Penelitian Kesehatan*.
Surabaya: Kementrian
Kesehatan.

