

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring waktu, *outfit* atau pakaian telah berubah secara signifikan. Pada Masyarakat pra-modern, seperti masyarakat feudal di Eropa maupun Asia tujuan utama pakaian adalah untuk melindungi tubuh serta sebagai penda status sosial secara sederhana. Namun, sejak revolusi industri pada abad ke-19, pakaian mulai mengalami pergeseran fungsi menjadi simbol identitas kelas dan budaya yang dipengaruhi oleh tren internasional, seperti gaya Art Deco atau Victoria. Memasuki era modern, khususnya dengan munculnya media sosial dan globalisasi pada abad ke-20 hingga saat ini, *outfit* tidak lagi sekadar bersifat fungsional, melainkan telah berkembang menjadi alat interaksi sosial, ekspresi diri, serta komunikasi nonverbal.

Menurut Kawamura (2018) dalam Lawas (2022), media sosial telah mengubah outfit menjadi “kulit sosial” yang dikurasi untuk memproyeksikan citra diri, yang kemudian memicu munculnya berbagai tren seperti *streetwear* atau *sustainable fashion* yang melampaui batas geografis. Perubahan makna dan fungsi *outfit* ini tidak hanya terjadi pada tingkat global, tetapi juga memengaruhi masyarakat di berbagai negara, termasuk Indonesia yang memiliki karakter sosial dan budaya yang khas.

Di Indonesia, perubahan *outfit* mencerminkan kompleksitas faktor sosial dan budaya. Pada masa kolonial, *outfit* terinspirasi oleh perpaduan norma barat dan lokal, seperti penggunaan batik yang menjadi simbol nasionalisme. Setelah masa kemerdekaan, *outfit* berkembang menjadi medium identitas etnis dan modernitas dengan munculnya tren busana muslim yang turut dipengaruhi oleh globalisasi islam. Namun, pada era digital saat ini mahasiswa dan generasi muda seringkali dihadapkan pada pilihan antara mengikuti standar sosial yang memengaruhi interaksi sosial dengan gaya modern seperti *streetwear* atau *thrift*. Menurut Crane (2012) dalam Lawas (2022), *outfit* berfungsi sebagai simbol sosial yang memungkinkan seseorang mengekspresikan keyakinan budayanya.

Akan tetapi, di Indonesia hal tersebut seringkali berbenturan dengan adat, norma agama, serta tradisi yang berlaku khususnya di lingkungan pendidikan tinggi.

Dalam konteks mahasiswa, khususnya di lingkungan perguruan tinggi islam seperti Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, *outfit* tidak hanya menjadi sarana untuk mengekspresikan diri tetapi juga mencerminkan nilai-nilai religius serta norma akademik yang berlaku di lingkungan kampus. Mahasiswa berda pada posisi yang unik, di mana mereka dituntut untuk mampu menyeimbangkan antara keinginan mengikuti tren *fashion modern* dengan kewajiban untuk tetap berpakaian sesuai dengan nilai-nilai keislaman dan etika kampus.

Pada program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), fenomena penggunaan *outfit* menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut. Hal ini disebabkan mahasiswa KPI tidak hanya berperan sebagai individu biasa, tetapi juga sebagai calon komunikator islam yang diharapkan mampu merepresentasikan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam cara berpakaian. Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan keberagaman gaya berpakaian di kalangan mahasiswa KPI, mulai dari yang mengikutii tren modern hingga yang lebih menonjolkan aspek syar'i.

Keberagaman tersebut menunjukkan bahwa *outfit* tidak dimaknai secara seragam oleh mahasiswa. Sebagian mahasiswa memandang *outfit* sebagai bentuk ekspresi diri dan identitas personal, sementara bagian lainnya melihatnya sebagai bentuk kepatuhan terhadap norma religius dan sosial. Perbedaan pemaknaan ini kemudian memunculkan berbagai respons di lingkungan kampus, baik berupa penerimaan, penilaian, maupun penyesuaian diri terhadap standar yang berlaku.

Dengan demikian, fenomena *outfit* di kalangan mahasiswa KPI tidak hanya berkaitan dengan aspek penampilan semata, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana mahasiswa membentuk identitas diri serta bagaimana mereka merespons *outfit* yang digunakan oleh diri sendiri maupun orang lain. Hal ini menunjukkan adanya dinamika sosial yang menarik untuk diteliti lebih lanjut,

khususnya dalam memahami *outfit* sebagai bagian dari proses pembentukan identitas mahasiswa di lingkungan kampus.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *outfit* memiliki peran signifikan dalam proses konstruksi identitas individu, khususnya pada kalangan muda. (Qorib et al., 2023) menemukan bahwa gaya berpakaian tidak hanya dipahami sebagai praktik estetika, tetapi sebagai representasi diri yang dikonstruksi secara sadar melalui pilihan visual dan simbolik terutama dalam ruang-ruang digital. Penelitian tersebut menegaskan bahwa individu menghadirkan identitas tertentu melalui *outfit* yang dipilih serta memaknai pakaian sebagai medium komunikasi diri. Temuan ini relevan dengan mahasiswa KPI yang terlibat aktif dalam aktivitas komunikasi visual dan digital sehingga pilihan *outfit* mereka juga menjadi bagian dari proses presentasi diri baik di lingkungan kampus maupun media sosial.

Penelitian lain oleh (Salma et al., n.d.) menunjukkan bahwa pakaian berfungsi sebagai simbol budaya dan religius yang dinegosiasikan oleh generasi muda dalam berbagai konteks sosial. Mereka menyoroti bahwa *outfit* memiliki kemampuan untuk menyampaikan identitas kelompok, afiliasi nilai, serta orientasi religius tertentu. Meskipun demikian, kajian tersebut belum mengulas secara spesifik bagaimana negosiasi identitas berlangsung di lingkungan perguruan tinggi Islam yang memiliki norma sosial dan etika berbusana. Terlebih lagi, belum banyak penelitian yang berfokus pada mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam kelompok yang erat dengan praktik representasi visual dan produksi makna. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan terkait bagaimana *outfit* dipahami, digunakan, dan dimaknai mahasiswa KPI dalam proses pembentukan identitas diri mereka di lingkungan akademik Islam.

Fenomena di atas menunjukkan bahwa *outfit* memiliki hubungan erat dengan proses pembentukan identitas mahasiswa KPI. Namun, penelitian secara spesifik mengenai bagaimana *outfit* membentuk identitas mahasiswa di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung masih sangat terbatas. Penelitian terdahulu lebih banyak membahas ekspresi diri di

media sosial atau identitas dalam konteks umum bukan pada konteks kampus Islam dan tidak secara khusus menelaah mahasiswa KPI sebagai subjek yang memiliki kedekatan dengan dunia media sosial dan representasi visual.

Judul “*Outfit* sebagai Pembentuk Identitas Mahasiswa” dipilih karena menangkap esensi penelitian ini, yaitu bagaimana pakaian (*outfit*) berfungsi sebagai simbol sosial yang memengaruhi identitas diri dan mendorong interaksi sosial dalam lingkungan kampus Islam. Selain itu, judul ini sejalan dengan teori interaksionisme simbolik Mead dan Blumer yang menekankan makna subjektif dari simbol seperti pakaian dalam konteks sosial. Hal ini penting untuk menutup kesenjangan penelitian ini terutama di tengah maraknya tren *outfit* digital yang memengaruhi mahasiswa. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana *outfit* dapat berperan dalam membentuk identitas mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini. Identifikasi masalah ini bertujuan untuk memperjelas fokus kajian serta menemukan celah penelitian yang relevan dengan fenomena yang diteliti.

1. Terdapat keberagaman gaya berpakaian (*outfit*) di kalangan mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Gunung Djati Bandung mulai dari gaya kasual, *streetwear*, hingga busana syar’i. Keberagaman ini menunjukkan adanya perbedaan dalam cara mahasiswa mengekspresikan diri melalui pakaian.
2. *Outfit* tidak lagi sekedar berfungsi sebagai kebutuhan dasar, melainkan telah menjadi simbol sosial yang digunakan mahasiswa untuk membangun identitas diri. Namun, pemaknaan terhadap *outfit* tersebut bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh interaksi sosial yang terjadi di lingkungan kampus.
3. Mahasiswa KPI berada dalam posisi yang unik karena harus menegosiasikan antara nilai modernitas (tren fashion dan media sosial) dengan norma agama serta etika berpakaian di lingkungan kampus Islam. Kondisi ini

menimbulkan dinamika dalam pemilihan *outfit* sebagai representasi identitas.

4. Respons sosial dari lingkungan sekitar seperti teman sebaya, dosen, maupun komunitas kampus turut memengaruhi cara mahasiswa memaknai dan menyesuaikan *outfit* mereka. Respons tersebut dapat berupa penerimaan, penilaian, maupun stereotip tertentu terhadap gaya berpakaian.
5. Penelitian mengenai *outfit* sebagai pembentuk identitas mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi islam, khususnya pada mahasiswa KPI masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada konteks umum atau media sosial sehingga belum spesifik mengkaji dinamika simbolik *outfit* dalam lingkungan akademik islam.

C. Rumusan Masalah

Untuk memahami fenomena tersebut secara lebih mendalam, penelitian ini dirumuskan melalui beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana bentuk *outfit* mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Bagaimana *outfit* berperan dalam membentuk identitas mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Bagaimana respons mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap *outfit* di lingkungan kampus?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sejalan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan. Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan variasi *outfit* mahasiswa Jurusan KPI.
2. Menganalisis bagaimana *outfit* membentuk identitas mahasiswa Jurusan KPI.
3. Mendeskripsikan bagaimana respons mahasiswa Jurusan KPI terhadap *outfit* yang digunakan di lingkungan kampus.

E. Manfaat hasil Penelitian

Selain tujuan, ada pula manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini yaitu:

- a. Manfaat teoritis penelitian ini adalah dapat memperkaya teori interaksionisme simbolik dan teori identitas sosial dengan aplikasi kontekstual di lingkungan kampus, khususnya bagaimana simbol *outfit* membentuk identitas di masyarakat multikultural Indonesia.
- b. Manfaat praktis penelitian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran tentang pengaruh pilihan *outfit* terhadap kepercayaan diri, sehingga mahasiswa dapat lebih bijak dalam ekspresi identitas pribadi tanpa menimbulkan stereotip negatif.

F. Kerangka Berfikir

Landasan teoretis utama penelitian ini adalah teori interaksionisme simbolik, yang berfokus pada *outfit* sebagai pembentuk identitas mahasiswa, khususnya pada mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Hipotesis ini dicetuskan oleh Mead (1934) dan dirumuskan secara metodis oleh Blumer, 2012. Menurut teori interaksi simbolik, manusia bertindak berdasarkan makna yang mereka berikan kepada benda, perilaku, dan keadaan sosial, alih-alih sekadar merespons lingkungan secara mekanis.

Melalui reaksi teman, instruktur, komunitas sekolah, dan media sosial, mahasiswa KPI belajar memahami dan mengubah makna pakaian. Proses penilaian lingkungan ini menunjukkan bahwa makna *outfit* bersifat dinamis dan dapat berubah melalui pengalaman mahasiswa. Ketika mahasiswa menerima respons sosial tertentu baik pujian, kritik, atau interpretasi simbolik lainnya mereka dapat merekonstruksi pemaknaan atas *outfit* mereka dan menyesuaikan cara mereka menampilkan diri.

Menurut teori interaksi simbolik, makna merupakan konstruksi sosial yang diciptakan melalui komunikasi simbolik. Dalam hal ini, *outfit* berfungsi sebagai simbol dengan makna tertentu yang berkaitan dengan identitas diri dan citra yang ingin ditampilkan. Mahasiswa KPI mengekspresikan identitas, cita-cita, dan persepsi publik yang diinginkan melalui *outfit* mereka. *Outfit* itu sendiri tidak mendefinisikan makna sosial dari pakaian, melainkan norma-norma sosial yang

terbentuk melalui kontak yang sering terjadi dalam konteks sosial kampuslah yang menentukannya.

Mead menjelaskan bahwa pembentukan diri (self) terdiri dari dua komponen utama, yaitu “I” dan “Me”. “I” merupakan aspek spontan dan subjektif dari individu, sedangkan “Me” merupakan refleksi dari norma dan harapan sosial diinternalisasi. Dalam kerangka penelitian ini, saya mengkarakterisasi pilihan outfit mahasiswa sebagai sarana untuk menjalankan hak kebebasan berpendapat mereka sekaligus menunjukkan pemahaman tentang norma dan nilai sosial dalam komunitas kampus Islam. Identitas sosial mahasiswa dibentuk oleh interaksi antara self dan Me, dan identitas tersebut terus-menerus dinegosiasikan melalui busana mereka (Mead, 1934).

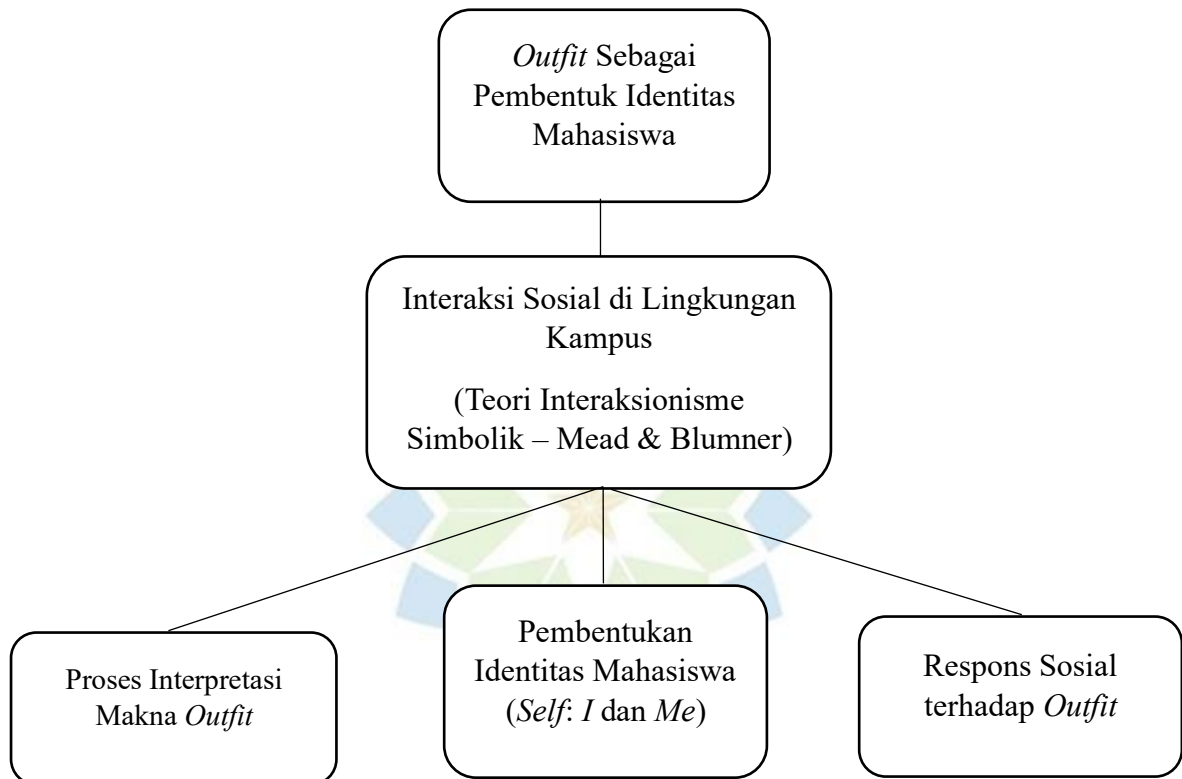
Blumer menegaskan empat prinsip dasar dari interaksionisme simbolik menurut Blumer yakni (1) Individu bertindak berdasarkan makna yang dimiliki oleh objek tersebut baginya. (2) Interaksi terjadi dalam konteks sosial dan budaya tertentu, objek fisik dan sosial (orang), serta situasi, harus didefinisikan atau dikategorikan berdasarkan makna individu. (3) Makna muncul dari interaksi dengan individu lain dan dengan masyarakat. (4) Makna terus menerus diciptakan dan diciptakan kembali melalui proses interpretasi selama interaksi dengan orang lain (Blumer, 1969; dan Carter, 2015) dalam (Holis dkk., 2019).

Dalam penelitian ini, tiga elemen kunci dijelaskan menggunakan teori interaksi simbolik. Pertama, simbolisme sosial outfit dipahami sebagai tanda visual yang merepresentasikan identitas, nilai, dan orientasi mahasiswa KPI. Kedua, makna outfit terbentuk melalui proses interpretasi mahasiswa terhadap reaksi lingkungan sosial mereka. Ketiga, identitas mahasiswa KPI dibentuk melalui kontak berulang dengan simbol berupa outfit, sehingga identitas tersebut terus berkembang seiring perubahan lingkungan sosial, nilai keberagaman, dan budaya populer.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana outfit digunakan sebagai bentuk simbolis dalam proses pembentukan identitas mahasiswa KPI berdasarkan kerangka teoritis tersebut. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat melihat bagaimana interpretasi subjektif mahasiswa terhadap outfit mereka

berkontribusi pada pemahaman diri dan identitas yang mereka bangun di lingkungan kampus Islam.

Tabel 1.1
Kerangka Berfikir



Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Bagan tersebut menggambarkan bagaimana lingkungan sosial universitas Islam memengaruhi cara mahasiswa KPI memaknai outfit yang mereka gunakan. Sebagai penanda identitas diri, mahasiswa KPI memilih jenis busana tertentu yang kemudian diinterpretasikan dan ditanggapi oleh lingkungan sosial. Melalui proses interaksi simbolik yang berulang, mahasiswa membangun dan mengembangkan identitas sosial mereka di kampus. Proses ini menghasilkan berbagai implikasi seperti peningkatan kepercayaan diri, pembentukan citra diri, serta pemahaman terhadap norma berpakaian yang berlaku di lingkungan akademik Islam.