FASHION SEBAGAI IDENTITAS DAN KOMUNIKASI

(STUDI KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA MAHASISWA DI JAKARTA)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relation

Disusun Oleh:

TIMOTIUS HENDRA WINARTO

44216110213

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relation

Timotius Hendra Winarto

44216110213

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: Timotius Hendra Winarto
NIM	: 44216110213
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Program Studi	: Public Relation
Judul	: Fashion Sebagai Identitas dan Komunikasi. Studi Komunikasi Artifaktual Pada Mahasiswa di Jakarta

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Desember 2020

Mengetahui

Pembimbing

Riki Arswendi, M.Ikom

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul	: **FASHION SEBAGAI IDENTITAS DAN KOMUNIKASI. STUDI KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA MAHASISWA DI JAKARTA.**
Nama	: Timotius Hendra Winarto
NIM	: 44216110213
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Public Relations

Jakarta, 19 Desember 2020

Ketua Sidang,

Dr. Elly Yuliawati, M.Si (.....)

Penguji Ahli

Rika Yessica Rahma, M.Ikom (.....)

Pembimbing,

Riki Arswendi, M.Ikom (.....)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul	: **FASHION SEBAGAI IDENTITAS DAN KOMUNIKASI. STUDI KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA MAHASISWA DI JAKARTA.**
Nama	: Timotius Hendra Winarto
NIM	: 44216110213
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Public Relations

Jakarta, 19 Desember 2020
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing,	**Ketua Bidang Studi Public Relations**
(Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom)	(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**
(Ponco Budi Sulistyo, M. Comn, Ph.D)	(Dr. Farid Hamid, M.Si)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Timotius Hendra Winarto

NIM : 44216110213

Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **FASHION SEBAGAI IDENTITAS DAN KOMUNIKASI. STUDI KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA MAHASISWA DI JAKARTA** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 19 Desember 2020

Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL
B7D7BAHF724045489
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Timotius Hendra Winarto

Mengetahui

Pembimbing	Ketua Bidang Studi
Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom	Dr. Elly Yuliawati, M.Si

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relation

Timotius Hendra Winarto

44216110213

Fashion Sebagai Identitas dan Komunikasi. Studi Komunikasi Artifaktual pada Mahasiswa di Jakarta.

ABSTRAK

Fashion mengalami perkembangan yang sangat cepat, seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan juga ekonomi, pakaian menjadi sebuah sesuatu yang memberikan nilai bagi pemakainya. Pada era modern terutama dalam lingkungan profesional, *Fashion* menunjukan sebuah identitas pemakainya dan dapat juga sebagai bentuk komunikasi non-verbal.

Dalam dunia kerja, ini menunjukan profesionalitas seseorang, dan karena itu *Fashion* mengalami pergeseran makna yang saat ini menjadi media untuk membangun identitas pemakainya.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui identitas yang dibangun oleh mahasiswa universitas di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi kasus ini adalah menggunakan data primer melalui wawancara mendalam dengan narasumber terkait, dan data sekunder dalam bentuk studi kepustakaan melalui teori-teori yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mahasiswa di Jakarta memilih *Fashion* sebagai Identitas dan Komunikasi. Mahasiswa dalam hal ini informan, dalam menentukan fashion sebagai identitas dan komunikasi adalah diawali dengan memaknai fashion sebagai suatu aspek yang menjadi penilaian penting bagi orang lain dan menciptakan kesan pertama yang positif. Identitas yang dibangun oleh informan adalah kepribadian yang menyukai barang-barang old school bertema vintage, identitas seorang kpop fans, identitas seorang wanita yang anggun, dan identitas sebagai seorang yang kalem.

Fashion menjadi hal yang multi-tafsir, maka diharapkan dapat digunakan sesuai dengan konteks yang tepat agar mendapatkan nilai dan kesan yang positif.

Kata kunci : *Busana, Identitas, Komunikasi Artifaktual.*

Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relation

Timotius Hendra Winarto

44216110213

Fashion As Identity and Communication. Study of Artifact Communication in Students in Jakarta.

ABSTRACT

Fashion is growing very fast, along with the development of communication technology and also the economy, clothing becomes something that provides value for the wearer. In the modern era, especially in a professional environment, Fashion shows an identity of the wearer and can also be a form of non-verbal communication.

In the world of work, it shows one's professionalism, and therefore Fashion undergoes a shift in meaning that is currently a medium to build the identity of the wearer.

In this study, researchers wanted to know the identity built by university students in Jakarta. This research uses qualitative approach with phenomenological research method. The data collection technique used in this case study is to use primary data through in-depth interviews with relevant sources, and secondary data in the form of literature studies through relevant theories.

The results showed that students in Jakarta chose Fashion as Identity and Communication. Students in this case informant, in determining fashion as identity and communication is beginning with interpreting fashion as an aspect that becomes an important assessment for others and creates a positive first impression. The identity built by the informant is a personality who likes vintage old school items, the identity of a kpop fan, the identity of a graceful woman, and the identity of a calm person.

Fashion becomes a multi-interpretation thing, it is expected to be used in accordance with the right context in order to get a positive value and impression.

Keyword* : *Fashion, Identity, Artifactual Communication.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kepada Tuhan YME karena atas berkat-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul "**FASHION SEBAGAI IDENTITAS DAN KOMUNIKASI (STUDI KOM. ARTIFAKTUAL PADA MAHASISWA DI JAKARTA)**" sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Komunikasi Bidang Studi Public Relation Universitas Mercubuana.

Dalam penyususan Tugas Akhir ini tentunya banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Riki Arswendi, S.Sos, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini.
2. Kedua Orangtua yaitu Ayahanda Yosef Irowinarto dan Ibunda Maria Wenehen yang senantiasa memberikan dukungan.
3. Bapak Ponco Budi Sulistyo, M.Comm, P.Hd , selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Public Relation di Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relation Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

8. Segenap keluarga dan sahabat yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh narasumber yang telah bersedia diwawancarai dalam penelitian di tugas akhir skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman di Program Studi Public Relation Universitas Mercu Buana khususnya teman seperjuangan, Rio Rubianto dan Kurniadi yang selalu membantu dan memotivasi penyelesaian penelitian ini.
11. Seluruh staf dan karyawan Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa isi dari Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dimanapun.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 Novermber 2020

Penyusun

Timotius Hendra Winarto

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Penelitian 1
Perkembangan Fashion 4
1.2. Fokus Penelitian 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7
BAB II 9
TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1. Penelitian Terdahulu 9
2.2 Fashion sebagai identitas dan komunikasi 16
2.3 Komunikasi Arti Faktual 16
2.4 Fashion 17
2.5 Identitas 18
2.6 Interaksi Simbolik 22
BAB III 25
METODOLOGI PENELITIAN 25
3.1 Paradigma Penelitian 25
3.2 Metode Penelitian 26
3.3 Subjek Penelitian 28
3.4 Teknik Pengumpulan Data 29

UNIVERSITAS MERCU BUANA

3.5 Teknik Analisis Data 30
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan data 32
BAB IV 35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35
4.1 Gambaran Umum Provinsi DKI Jakarta 35
4.2 Hasil Penelitian 46
4.3 Pembahasan 56
Uraian Data Hasil Wawancara 57
BAB V 66
KESIMPULAN DAN SARAN 66
5.1 Kesimpulan 66
5.2 Saran 67
DAFTAR PUSTAKA 68
PEDOMAN WAWANCARA 71
MAHASISWA UNIVERSITAS DI JAKARTA 71
TRANSKRIP WAWANCARA 75
CURRICULUM VITAE 108

UNIVERSITAS
MERCU BUANA