

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fashion merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari. Kita seringkali mengidentikkan *fashion* dengan busana atau pakaian, padahal sebenarnya yang dikatakan *fashion* adalah segala sesuatu yang sedang tren dalam masyarakat. Kebutuhan akan penggunaan *fashion* pada saat ini sudah mulai digunakan oleh lapisan umur remaja. Remaja dalam perkembangannya merupakan fase dimana sudah mulai berkembang dari anak-anak menuju dewasa. Pada masa-masa remaja pencarian akan jati diri merupakan sebuah keinginan yang harus dicapai oleh remaja. Mereka mencari jati diri dengan cara mencoba menggunakan hal-hal baru yang dapat mereka coba dan hal yang mereka tertarik. *Fashion* menjadi salah satu cara para remaja untuk mencari identitas dan jati diri mereka. dengan menggunakan dan mengikuti perkembangan *fashion*. para remaja menganggap bahwa mereka memperluas dan dapat mendongkrak popularitas diantara lingkungan pertemanannya.

Industri *fashion* semakin gencar menawarkan berbagai produk yang digemari masyarakat. Terkhusus para remaja, yang dianggap cepat mengikuti arus perubahan mode. *Fashion* yang terus berkembang ini amat mempengaruhi mahasiswa sebagai kalangan elit pelajar Indonesia, dimana dalam segala hal orang kini amat mengutamakan budaya penampilan sebagai gaya hidup sehari-hari

Salah satu kelompok mahasiswa yang mulai mengikuti arus perubahan *fashion* ialah Mapala. Mapala dahulu diidentikan dengan penampilan kumal, tidak gaul, berantakan, kotor atau urak-urakan. Adanya globalisasi sangat memungkinkan konsumen barang dibelahan dunia mampu mengenakan pakaian yang sama, yang semuanya mempengaruhi tingkah lakudan gaya hidup. Mapala saat ini memberikan kesadaran *fashion* dengan bergaya *outdoor adventure style* yang ditandai dengan pakaian, merek jaket, merek sepatu, tas, dan penampilanya menggunakan *brand-brand outdoor adventure* yang mencirikan mereka berbeda dengan kelompok lainnya. Mapala masa kini seakan belomba-lomba untuk menampilkan citra yang secara tidak sadar menjadi sebuah identitas.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil subjek anggota UKM mahasiswa pecinta alam Mahaspala yang merupakan UKM mapala di IAIN Kediri. Di dalam UKM tersebut terdapat fenomena yang unik, yakni *fashion* para anggotanya yang berbanding terbalik dengan *fashion* mahasiswa di IAIN Kediri pada umumnya, mulai dari penampilan hingga masalah pendidikan di kampus IAIN Kediri sendiri. Menurut Ali Murtadho, Mahasiswa angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan sekaligus anggota Mahaspala yang menjabat sebagai bendahara organisasi ini mengaku bahwa lingkungan UKM sangat mempengaruhi pendidikanya di kampus, terbukti dengan dirinya yang masih belum lulus hingga semester 9 ini.¹

Dalam hal berpenampilan, para anggota Mahaspala sangat unik dan berbanding terbalik dengan penampilan mahasiswa pada umumnya. Para anggota Mahaspala cenderung berpenampilan *out of the box* dari peraturan yang ditetapkan oleh IAIN sendiri, seolah para anggota Mahaspala ini menunjukkan eksistensi atau identitas dirinya sebagai anggota pecinta alam, mulai dari sepatu gunung yang membungkus kaki, celana kargo

¹Ali Murtadho, Pengurus Mahaspala IAIN Kediri, 9 Oktober 2019.

dipenuhi kantong yang sangat fungsional, kemeja flanel yang mempunyai banyak motif, gelang dari tali prusik yang menghiasi tangan, hingga rambut gondrong yang terurai sampai ke dada. Tak hanya anggota laki-laki, anggota perempuan pun sama, mereka juga menggunakan *outfit* yang serupa perbedaannya hanya terletak pada jilbab yang digunakan, tak seperti mahasiswi seperti pada umumnya, kebanyakan anggota perempuan mahaspala lebih cenderung menggunakan celana panjang dibanding menggunakan rok panjang, lebih suka menggunakan kemeja flanel daripada dress panjang, dan juga tidak lupa aksesoris gunung lainnya.

Penggunaan *fashion outdoor* para anggota Mahaspala tak lepas dari motif komunikasi. *Fashion outdoor* selain menjadi *style fashion* juga dimaknai oleh para anggota Mahaspala sebagai media komunikasi. Melalui bentuk interaksi simbolik inilah para anggota Mahaspala menkonstruksi diri mereka terhadap persepsi orang-orang disekitarnya. Para anggota Mahaspala ingin menampilkan gambaran dirinya. Ditinjau dari konteks komunikasi. Fenomena para anggota Mahaspala ini merujuk pada konteks Interaksionisme simbolik yang secara khusus menjelaskan tentang bahasa, interaksi sosial dan reflektivitas. Menurut Mead, makna tidak tumbuh dari proses mental soliter namun merupakan hasil dari interaksi sosial atau signifikansi kausal interaksi sosial. Individu secara mental tidak hanya menciptakan makna dan simbol semata, melainkan juga ada proses pembelajaran atas makna dan simbol tersebut selama berlangsungnya interaksi sosial.

Herbert Mead menjelaskan bahwa di dalam teori tersebut terkandung tiga konsep utama yaitu Mind, Self dan Society. definisi singkat dari tiga ide dasar dari interaksi simbolik adalah: Mind (pikiran)-kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Self (diri pribadi) – kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan

teori interaksionisme simbolis adalah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (the self) dan dunia luarnya. Society (masyarakat)– hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan suka rela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.²

Berdasarkan hal diatas, maka dari itu saya sebagai peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui lebih dekat faktor apakah yang menyebabkan *fashion* tersebut dan menjadikanya sebagai objek penelitian. Maka dari itu ditemukannya fenomena ini peneliti ingin mengangkat sebuah tulisan dengan judul **“*Fashion Outdoor* Sebagai Bentuk Identitas dan Komunikasi bagi Mahasiswa Pecinta Alam IAIN Kediri”**.

Peneliti dalam mengambil data di lapangan serta dalam penulisan ini, menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni prosedur penguraian masalahnya diselidiki dengan melukiskan atau menggambarkan subyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya³.

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana simbol-simbol *fashion outdoor* sebagai bentuk identitas diri dan komunikasi yang digunakan oleh anggota Mahaspala IAIN Kediri ?
2. Apa makna *fashion outdoor* sebagai identitas dan komunikasi dari anggota Mahaspala IAIN Kediri ?

² Mastura Fakhrunnisa, *GAYA BUSANA SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKKAN IDENTITAS MUSIK WHITE SHOES AND THE COUPLES COMPANY*. E-journal “Acta Diurna” Volume V. No.1. Tahun 2016.

³Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Pers, 2000),63.

3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi anggota Mahaspala IAIN Kediri dalam menggunakan *fashion outdoor* sebagai bentuk identitas diri dan komunikasi ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui simbol-simbol *fashion outdoor* sebagai bentuk identitas diri dan komunikasi oleh anggota Mahaspala IAIN Kediri.
2. Untuk mendeskripsikan makna *fashion outdoor* sebagai identitas dan komunikasi dari anggota Mahaspala IAIN Kediri.
3. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi anggota Mahaspala IAIN Kediri dalam menggunakan *fashion outdoor* sebagai bentuk identitas diri dan komunikasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi khasanah ilmu dan bahan referensi bagi mahasiswa khususnya prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berkepentingan untuk mengembangkan penelitian dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang penelitian kualitatif.

2. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan ke masyarakat dan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada khususnya, dalam memahami penggunaan *fashion* pada pecinta alam. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi

referensi bagi peneliti lainya untuk melanjutkan penelitian yang serupa, yakni tentang simbol dan makna yang terkandung dalam *fashion*.

E. Telaah Pustaka

Beberapa referensi yang merupakan penelitian terdahulu sehingga menjadi sumber rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jurnal THE MESSENGER, Volume III, Nomer 1, Edisi 2011,yang berjudul “***Fashion Sebagai Bentuk Ekpresi Diri Dalam Komunikasi***” oleh Tri Yulia Trisnawati, Universitas Negeri Semarang Tahun 2011. Dalam hasil penelitiannya, penulis menyimpulkan bahwa *fashion* terutama busana dalam kehidupan yang erat dengan image dan citra ini dipercaya untuk menjadi salah satu bentuk tanda komunikasi yang bisa menyampaikan makna-makna yang disampaikan secara nonverbal.⁴

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan konteks *fashion* sebagai bentuk identitas diri pada kaum remaja. dan juga sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tehnik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Namun terdapat perbedaan teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu, yaitu menggunakan teori semiotika roland barthes.

2. E-journal “Acta Diurna” Volume V. No.1. Tahun 2016, Yang berjudul “***GAYA BUSANA SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKKAN IDENTITAS MUSIK WHITE SHOES AND THE COUPLES COMPANY***” oleh Mastura Fakhrunnisa. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa Hubungan antara *fashion* dan musik selalu ada, hal ini bisa dilihat secara sederhana, misalnya gaya musik mempengaruhi gaya berpakaian. Maka setiap orang dengan gaya pakaiannya sedang mengkomunikasikan gaya musik dan

⁴Tri Yulia Trisnawati, “*Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*”, *TheMessenger*, No 1. Vol 3. (2011).

identitas dari bandnya. Bagi para musisi selain kualitas musik, penampilan juga sangatlah perlu, mereka menciptakan image agar orang dapat dengan mudah mengenali.

White Shoes and The Couples Company adalah salah satu band Indonesia yang berkarya di jalur indie. Berbeda dengan band – band tanah air yang lainnya, band yang terbentuk pada tahun 2002 ini berhasil menghidupkan kembali gaya busana *vintage* disetiap penampilannya sehingga gaya tersebut kini telah menjadi identitas mereka dalam bermusik. *Vintage* sendiri merupakan *fashion* yang sangat kental pada era tahun 20 sampai 70-an.⁵

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan pakaian sebagai pokok permasalahan. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian terdahulu membahas korelasi antara kultur musik dengan gaya berpakaian grup musik *White Shoes and The Couples Company* sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan membahas *fashion* mapala terlebih UKM Mahaspala IAIN Kediri.

3. Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 3, No. 1, Juni 2015. Yang berjudul **“KONSTRUKSI MAKNA HIJAB FASHION BAGI MOSLEM FASHION BLOGGER”** oleh Ade Nur Istiani, Universitas Lampung. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan busana muslim di Indonesia yang mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena tersebut tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup masa kini yang tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Blog yang merupakan perkembangan teknologi media baru (*new media*) dimanfaatkan oleh para Moslem *Fashion Blogger* untuk mengekspresikan

⁵ Mastura Fakhrunnisa, *GAYA BUSANA SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKKAN IDENTITAS MUSIK WHITE SHOES AND THE COUPLES COMPANY*. E-journal “Acta Diurna” Volume V. No.1. Tahun 2016.

gaya berbusana muslim sebagai suatu trend *fashion* yang berperan dalam perkembangan *fashion moslem* di Indonesia.

Hasil dari penelitian ini Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman *Moslem Fashion Blogger* mengenai hijab *fashion* adalah bahwa perkembangan tren hijab *fashion* di Indonesia merupakan perkembangan yang positif namun terjadi suatu pergeseran makna. Motif dalam menggunakan blog sebagai media komunikasi mengenai hijab *fashion* terbagi atas motif atraksi, motif inspirasi, dan motif eksistensi. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah perkembangan hijab *fashion* merupakan salah satu fenomena yang menarik dan terus berkembang, maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih mendalam khususnya mengenai konstruksi makna hijab *fashion* bukan hanya terhadap pelaku industri hijab namun juga lebih dalam terhadap mereka yang benar-benar memahami syariat agama Islam.⁶

Persamaan yang ditemukan peneliti dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilaksanakan adalah penggunaan media *fashion* sebagai representasi identitas diri mereka dan dan juga sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tehnik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penilitian yang akan dilakukan adalah pada subjek yang berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan *Moslem Fashion Blogger* sebagai subjek sementara penelitian yang akan penulis lakukan menggunakan subjek mahasiswa pecinta alam.

⁶ Ade Nur Istiani, *KONSTRUKSI MAKNA HIJAB FASHION BAGI MOSLEM FASHION BLOGGER*. Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 3, No. 1, 2015.