

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. KONTEKS PENELITIAN**

Kota Kediri merupakan kota yang memiliki beragam potensi mulai dari Pariwisata, Seni dan Budaya. Maka dari itu, dalam upaya meneruskan roda pembangunan perlu dipersiapkan sosok generasi muda yang dapat membantu mengembangkan potensi Kota Kediri terlebih lagi saat ini kita sudah memasuki Revolusi Industri 4.0. Pemilihan Duta Wisata Panji Galuh Kota Kediri adalah suatu ajang kompetisi yang mempersiapkan generasi muda terbaik dan unggul di Kota Kediri yang dapat berperan sebagai contoh dan penggerak dalam kehidupan bermasyarakat yang berbudaya dan bernegara. Nama Panji dan Galuh ini diambil dari nama pangeran dan puteri Kediri yang bernama Panji Inu Kertapati dan Galuh Candra Kirana. Selain itu juga para panji galuh ini juga mengenakan baju pakem atau adat yang memiliki filosofi serta gambaran seorang panji dan galuh di jaman dahulu yang mengenakan udeng serta sanggul, beskap dan juga kebaya yang dikenakan setiap pemilihannya. Panji Galuh Kota Kediri juga diharapkan mampu menjadi *icon* dari kebudayaan Kediri yang dilambangkan dengan baju pakem yang dikenakan oleh mereka saat bertugas.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup><https://duta.co/promosikan-wisata-kota-kediri-lewat-pemilihan-panji-galuh/> Diakses 02 Juli 2019 Pukul 08:29

Tahun 2018 Kota Kediri baru saja menyelenggarakan pemilihan duta wisata panji galuh yang mengundang pemuda – pemudi kota Kediri untuk mengikuti ajang ini. Tercatat ada 180 peserta laki – laki dan perempuan yang mendaftar kemudian para peserta ini akan mengikuti serangkaian seleksi meliputi administrasi, test tulis, test wawancara dan uji talenta yang akhirnya akan terpilih 10 pasang finalis panji galuh kota Kediri 2018 yang akan maju ke babak *Grand Final*.<sup>2</sup>

Sebelum menuju ke *Grand Final* para finalis panji dan galuh kota Kediri ini mendapatkan pembekalan berupa materi – materi yang nantinya akan membantu mereka saat bertugas sebagai seorang duta wisata. Malam *Grand Final* Pemilihan panji galuh Kota Kediri pun akhirnya digelar di GOR Joyoboyo Kota Kediri. Para pejabat daerah serta masyarakat Kota Kediri turut hadir untuk menyaksikan acara yang sudah rutin di gelar 2 tahun sekali ini. Dalam malam final ini para finalis mengenakan baju pakem panji dan galuh kota Kediri yang identik dengan warna ungu.<sup>3</sup>

Setelah melewati berbagai penyisihan serta pertanyaan dari dewan juri akhirnya terpilihlah sepasang panji dan galuh Kota Kediri 2018 yaitu Panji Faizal Cesar Wahyudianto dan Galuh Ima Fitandana. Diharapkan para panji dan galuh terpilih ini dapat menjadi sosok pemuda dan pemudi yang dianggap mampu bekerja sama dan bersinergi dengan pemerintah daerah untuk ikut

---

<sup>2</sup><http://koranmemo.com/120-peserta-lolos-pemilihan-panji-galuh-kota-kediri/> Diakses 22 Mei 2019 Pukul 14:51

<sup>3</sup><https://agtvnews.com/2018/09/meriahnya-grand-final-pemilihan-duta-wisata-panji-galuh-kota-kediri.html> Diakses 22 Mei 2019 Pukul 15:10

serta dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah tersebut sesuai dengan visi misi dalam proses pemilihan. Tidak hanya itu, seorang duta wisata diharapkan mampu menjadi *icon* daerah yang dapat berbicara dan membagikan informasi mengenai kebudayaan dan pariwisata daerah tersebut bersama pemerintah kepada masyarakat luas sehingga masyarakat luas tertarik untuk mengunjungi pariwisata daerah tersebut.<sup>4</sup>

Komunikasi adalah salah satu cara untuk mensosialisasikan norma – norma atau aturan – aturan dalam masyarakat. Melalui komunikasi pula kita juga dapat berbagai serta memenuhi kebutuhan intelektual dan emosional. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* yang memiliki arti “pemberitahuan” atau “pertukaran pikiran”. Jadi dapat ditarik garis besarnya adalah suatu proses komunikasi harus terdapat kesamaan makna agar terjadi pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). Proses Komunikasi juga dapat diartikan sebagai proses “transfer informasi” yang merupakan rangkaian proses pengalihan informasi dari satu orang ke orang lain dengan maksud tertentu<sup>5</sup>.

Ketika kita sedang berkomunikasi dengan orang lain tentu tidak lepas dari komunikasi nonverbal yang juga diperlihatkan oleh lawan bicara. Pesan yang ingin disampaikan oleh bahasa nonverbal justru mengandung makna yang sebenarnya karena secara tidak langsung bahasa tubuh seperti gerak - gerak seseorang bahkan ketika kita diam sekalipun, sebenarnya kita sudah

---

<sup>4</sup><https://memontum.com/56101-pemilihan-panji-galuh-dongkrak-wisata-kota-kediri> Diakses 22 Mei 2019 Pukul 15:15

<sup>5</sup> Tommy Suprpto, *Teori dan Management Komunikasi* (Yogyakarta: Medpress 2009), Hal. 5

melakukan aktifitas komunikasi. Namun makna tersebut tidak hanya dapat dilihat dari gerak-gerik seseorang, ekspresi wajah, nada suara, gaya rambut, serta pakaian sekalipun juga mengkomunikasikan sesuatu.

Penggunaan pesan-pesan nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap (lisan) dan tertulis. Secara jelas kita dapat membedakan komunikasi nonverbal dan verbal. Namun kedua jenis komunikasi ini saling melengkapi dalam sehari – hari. Saat kita berpikir komunikasi yang paling efektif didalam penyampaian sebuah pesan antara komunikator dan komunikan adalah menggunakan komunikasi verbal, maka anggapan itu kurang tepat. Hal ini disebabkan karena karakteristik dari komunikasi nonverbal yang di anggap efektif dalam penyampaian pesan kepada target pembicara dibandingkan dengan komunikasi verbal.

Fungsi komunikatif juga dapat kita lihat dari pakaian seseorang. Seperti halnya fashion busana/pakaian/kostum, dandanan, barang, perhiasan, atau perabotan di rumah, penataan atau dekorasi ruangan biasanya didefinisikan sebagai komunikasi artifaktual.<sup>6</sup>

Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung namun juga merupakan suatu bentuk komunikasi. Hal tersebut juga sependapat dengan Adler dan Rodman yang menyatakan bahwa status ekonomi, pendidikan, status sosial, standar moral, kemampuan olahraga, sistem kepercayaan (

---

<sup>6</sup> Subandy *Budaya Populer Sebagai Komunikasi : Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. (Yogyakarta: Jalasutra 2007) Hlm 242

politik, filosofi, agama) dan juga tingkat kepuasan dapat ditampilkan dalam sebuah pakaian. Bahkan jika kita amati pakaian juga menjadi tanda identifikasi suatu kelompok. Seperti halnya seragam atau kostum tim sepak bola favorit, *style* dandanan yang melambangkan genre musik yang digemari dan lain sebagainya.<sup>7</sup>

Hal tersebut juga terlihat saat serangkaian pemilihan panji galuh Kota Kediri dimana setiap peserta mengenakan pakaian serta dandanan terbaik mereka di hadapan publik. Apalagi saat test unjuk bakat dimana para peserta mengenakan pakaian sesuai dengan bakat yang akan mereka tampilkan, kemudian saat lolos menjadi finalis pun para peserta tetap harus berpenampilan menarik karna itu juga merupakan bagian dari penilaian.<sup>8</sup>

Pakaian yang kita kenakan bisa menampilkan berbagai fungsi. Sebagai bentuk komunikasi, pakaian bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal. Pakaian bisa melindungi kita dari cuaca buruk atau dalam olahraga tertentu dari cedera. Pakaian juga membantu kita menyembunyikan bagian – bagian tertentu dari tubuh kita. Pakaian juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural display*) karena ia mengkomunikasikan afiliasi budaya kita. Maka tidak heran apabila kita tidak kesulitan dalam

---

<sup>7</sup> Richard Samovar A. Porter *Komunikasi Lintas Budaya*. (Jakarta: Salemba Humanika 2010) Hlm 320.

<sup>8</sup><http://www.thejavatoday.com/uji-talenta-dalam-pemilihan-duta-wisata/> Diakses 02 Juli 2019 Pukul 11:48

mengenali Negara atau daerah asal – usul seorang dari pakaian yang mereka kenakan. Pakaian dapat menunjukkan identitas dan kultural si pemakaiannya.<sup>9</sup>

Jika kita amati, Fashion memiliki pengaruh terhadap banyak hal, salah satunya adalah *personality* atau kepribadian seseorang. Menurut Horton dan Chester (1982) Kepribadian sendiri merupakan pola-pola pemikiran, perasaan, dan perilaku yang tertanam dalam diri dan relatif permanen. Kepribadian juga dapat dilihat dari karakteristik seseorang yang membedakannya dengan orang lain. Hal ini harus diperhatikan apalagi saat berhadapan dengan orang yang baru ditemui. Seperti pendapat banyak orang bahwa *first impression* sangat berpengaruh terhadap orang yang baru kita temui.<sup>10</sup>

Gaya berbusana dan berpenampilan dapat membedakan identitas diri seseorang. Kita dapat menilai bahwa seseorang yang berpakaian seragam coklat dengan rompi hijau dan atribut lainnya yaitu seseorang yang bekerja sebagai polisi. Adapun orang yang mengenakan seragam dengan jas warna putih adalah seseorang yang bekerja di rumah sakit. Begitupun dengan busana pakem galuh Kota Kediri yang menggunakan kebaya warna ungu, sanggul, selop dan jarik dengan motif khusus. Dari sini kita bisa lihat bahwa pakaian bisa menjadi indikator dalam menyatakan kepribadian atau gaya hidup seseorang. Dilihat pula dari efek-efek simbolik yang ditimbulkan saat seseorang melakukan interaksi antar manusia.

---

<sup>9</sup>Barnard Malcolm *Fashion Komunikasi* ( Yogyakarta: Jalasutra, 2011 )

<sup>10</sup>Horton & Chester *Sosiologi*.(Jakarta: Erlangga. 1998)

Stewart & Sylvia (1996) berpendapat bahwa perilaku kita sering mengkomunikasikan siapa atau bagaimana kita, bahkan tidak hanya itu saja ternyata benda – benda yang kita gunakan dapat mengkomunikasikan siapa dan bagaimana kita.<sup>11</sup> Hal tersebut juga dipengaruhi oleh nilai – nilai budaya disekitar kita. Karena komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa kata namun menggunakan tanda – tanda atau isyarat sebagai bentuk pesan dan begitujuga dengan komunikasi artifaktual.<sup>12</sup> Dalam kajian komunikasi pola *fashion* dapat menjadi komunikasi nonverbal yang berfungsi sebagai ekspresi komunikasi. Artinya ada sebuah pesan yang ingin disampaikan oleh seseorang dihadapan orang yang melihatnya. Informasi yang benar, lengkap serta akurat akan menjadi unsur paling utama untuk menghasilkan komunikasi yang efektif. Ini penting karna citra terbangun dari presepsi, komunikasi dan juga informasi.

Pemilihan busana yang dikenakan oleh seorang duta wisata panji galuh kota kediri harus sangat diperhatikan karena ini akan mempengaruhi *first impression* seseorang terhadapnya. Kesadaran akan ini juga dipengaruhi oleh lingkungan mereka, bagaimana individu tersebut ingin menempatkan diri dilingkungan sosial disekelilingnya lalu bagaimana pula proses interaksi sosial yang berlangsung dilingkungan yang berada disekitar individu tersebut.

Berpakaian dan berhias merupakan keindahan tersendiri bagi manusia.

Allah SWT, juga menyenangi keindahan dan keserasian. Oleh karena itu,

---

<sup>11</sup> Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss *Human communication : prinsip-prinsip dasar* (Bandung : Remaja Rosdakarya 1996)

<sup>12</sup> Deddy Mulyana *Ilmu Komunikasi-Suatu Pengantar*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2001)

Rasulullah selalu menganjurkan umatnya untuk selalu berpakaian dan berhias dengan rapi dan serasi sehingga enak dipandang. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-A'raf (7) ayat 26 yaitu :

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِثُكُمْ وَارِيسُوا أَنْكُمْ وَارِيسُوا لِبَاسًا تَقْوَىٰ وَذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكُمْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Yā banī ādama qad anzalnā 'alaikum libāsay yuwārī sau`ātikum warīsyā, wa libāsut-taqwā žālika khaīr, žālika min āyātillāhi la'allahum yažžakkarūn

*“Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan pakaian yang indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang terbaik. Yang demikian itu adalah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah supaya mereka selalu ingat.”<sup>13</sup>*

Selain itu, Allah juga berfirman dalam surat yang sama ayat 31 yang berbunyi ;

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ مِمَّا فِي بَيْوتِكُمْ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Yā banī ādama khuḏū zīnatakum 'inda kulli maşjidiw wa kulū wasyrabū wa lā tusrifū, innahū lā yuḥibbul-musrifin

<sup>13</sup><https://tafsirweb.com/2480-surat-al-araf-ayat-26.html> Diakses 23 Mei 2019 pukul 11:50



*“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah setiap kali (memasuki) masjid dan makan serta minumlah kamu, dan janganlah berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebihan”*.<sup>14</sup>

Berdasarkan surat Al-A’raf ayat 26 dan 31 tersebut, manusia dianjurkan untuk berpakaian dan berhias sebaik-baiknya. Islam mengharuskan pemeluknya menjaga penampilan dan kebersihan. Apalagi pada setiap pertemuan dan tidak berlebih-lebihan karena Allah tidak merestui orang-orang yang berlebih-lebihan. Hal tersebut sangat menarik jika dikaitkan dengan gaya berpenampilan yang ditunjukkan oleh duta wisata Galuh Kota Kediri untuk diteliti. Karena itu peneliti tertarik meneliti **“FASHION KOMUNIKASI PANJI GALUH KOTA KEDIRI”**

## **B. FOKUS PENELITIAN**

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif memiliki fungsi yang sama dengan rumusan masalah pada penelitian kualitatif. Salah satu asumsi mengenai masalah pada penelitian kualitatif adalah penjabarannya bersifat holistik.<sup>15</sup> Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat penulis kemukakan fokus penelitian sebagai berikut:

“Bagaimana identitas budaya dalam fashion komunikasi panji galuh Kota Kediri ?”

---

<sup>14</sup><https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html> Diakses 23 Mei 2019 pukul 12:03

<sup>15</sup> Limas Dodi, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 182.

### **C. TUJUAN MASALAH**

Dalam setiap penelitian pasti terdapat tujuan di dalamnya, maka penelitian ini bertujuan :

Untuk mengetahui bentuk fashion komunikasi panji galuh Kota Kediri

### **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

#### 1. Kegunaan Teoritik

Penelitian ini dapat memperkaya kajian-kajian komunikasi yang menyangkut komunikasi nonverbal, terutama menyangkut komunikasi artifaktual dalam penampilan. Serta dapat menambah khasanah kajian komunikasi dan dapat memberikan data dan informasi mengenai citra diri di dalam penampilan.

#### 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan data yang lebih kaya mengenai pengaruh penampilan terhadap citra diri seseorang dengan memperoleh data yang subjektif yang terinci. Serta untuk memberikan kajian-kajian informasi mengenai pentingnya personal *image* kepada seorang *public relations* dalam berpenampilan.

### **E. TELAAH PUSTAKA**

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mencari sumber-sumber pustaka yang hampir sama penelitiannya dengan apa yang akan diteliti.

Adapun beberapa penelitian yang menjadi pertimbangan kenapa penelitian akan dilakukan.

1. Jurnal “REPRESENTASI IDENTITAS KULTURAL DALAM SIMBOL-SIMBOL PADA BATIK TRADISIONAL DAN KONTEMPORER” pada tahun 2010 disusun oleh Gabriela Lordy Darmaputri dari Universitas Airlangga Surabaya menggunakan metode kualitatif dengan tataran deskriptif bertujuan untuk :

- a. Penelitian ini fokus pada representasi identitas dalam simbol pada batik tradisional dan kontemporer.

Kemudian hasil penelitian menyimpulkan :

Peneliti memisahkan batik tradisional dengan batik kontemporer dengan perbedaan motif. Dalam batik tradisional, motif batik diciptakan sesuai dengan pakem atau ketentuan yang berlaku pada jaman dahulu, karena konteksnya batik merupakan seragam, merupakan identitas diri sehingga tidak sembarangan dapat digunakan dan terikat pemakaiannya pada waktu, tempat dan status kepemilikan (status sosial atau jabatan). Sedangkan batik kontemporer meskipun memiliki motif tradisional didalamnya lebih fleksibel dikenakan karena bentuk pakaian maupun motifnya sudah tidak terikat dengan ketentuan pemakaian batik pada jaman dahulu kala. Saat ini orang dapat dengan bebas member identitas dirinya melalui apa yang ia kenakan. Salah satunya melalui batik yang ia kenakan. Batik larangan dapat dipakai orang biasa asal mampu membeli batik tersebut. Batik kontemporer pun tidak dapat

dimaknai dengan cara yang sama memaknai batik tradisional karena nilai-nilai yang mengikatnya sudah berubah.<sup>16</sup>

- b. Beda penelitian ini dengan yang peneliti teliti adalah pada fokus penelitian dimana peneliti ingin meneliti tentang *fashion* komunikasi panji galuh kota kediri saat mengenakan baju khas kediri.

2. Jurnal “Fesyen dan Identitas: Simbolisasi Budaya dan Agama dalam Busana Pengantin Jawa Muslim di Surabaya” pada tahun 2014 disusun oleh Dewi Meyrasyawati dari Universitas Airlangga Surabaya menggunakan metode kualitatif dengan tataran deskriptif bertujuan untuk :

- a. Penelitian ini dilakukan berdasarkan maraknya busana pengantin Jawa yang dimodifikasi ke arah religi. Perubahandesain dari busana pengantin yang murni bernuansa budaya lokal Jawa dan kemudian dipadukan dengan gayaberbusana muslim ini mengalami proses keberterimaan yang luar biasa sebagai trend fesyen dikalangan masyarakatIndonesia tak terkecuali masyarakat perkotaan seperti halnya Surabaya. Penelitian ini berusaha mengungkapkansymbolisasi dan pemaknaan budaya (budaya Jawa) dan agama (Islam) yang terdapat pada busana pengantin tersebut.

Kemudian hasil penelitian menyimpulkan :

---

<sup>16</sup>Lordy, Gabriela Darmaputri Jurnal “*REPRESENTASI IDENTITAS KULTURAL DALAM SIMBOL-SIMBOL PADA BATIK TRADISIONAL DAN KONTEMPORER*” ( Universitas Airlangga : 2010)

Hasil penelitian terhadap simbolisasi budaya dan agama dalam busanapengantin Jawa Muslim menunjukkan bahwa busana pengantin Jawa Muslim diproduksi oleh para perias pengantin sebagai bentuk kapitalisme yang menawarkan gaya hidup konsumerisme. Hal ini menunjukkan pula adanya pergeseran pemaknaan dalam busana pengantin Jawa Muslim dari budaya lokal asli Jawa menjadi budaya Jawa kontemporer. Hal menarik lainnya adalah bahwa pilihan dalam memakai busana pengantin Jawa Muslim ini tidak hanya karena alasan agama tetapi juga karena popularitas. Konsep busana muslim dalam busana pengantin Jawa Muslim tidak lagi terkait dengan pemenuhan akidah Islam melainkan sebuah trend fesyen yang hanya merujuk pada tertutupnya aurat.<sup>17</sup>

- b. Beda penelitian ini dengan yang peneliti teliti adalah pada fokus penelitian dimana peneliti ingin meneliti tentang *fashion* komunikasi panji galuh kota kediri saat mengenakan baju khas kediri.

3. Jurnal “*FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI*” pada tahun 2011 oleh Retno Hendariningrum / M. Edy Susilo Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta menggunakan metode deskriptif bertujuan untuk :

---

<sup>17</sup>Meyrasyawati, Dewi Jurnal “*Fesyen dan Identitas: Simbolisasi Budaya dan Agama dalam Busana Pengantin Jawa Muslim di Surabaya*”(Universitas Airlangga : 2014)

- a. Untuk mengetahui gaya hidup dan fashion dari masyarakat modern dimana globalisasi mempengaruhi industri ekonomi dan media adalah faktor yang membentuk kondisi tersebut. Ditambah lagi industri baru seperti Mall, *Fashion*, industri hiburan dll terus tumbuh dan diikuti oleh tumbuhnya gaya hidup sebagai referensi publik yang di anggap baik dan buruk, kekinian atau ketinggalan jaman yang tidak hanya di gandrungi oleh wanita namun juga pria

Kemudian Peneliti menyimpulkan :

Media mempunyai peran besar dalam mengkonstruksikan mengenai bagaimana khalayak dapat tampil cantik atau tampan, memikat, menarik dan bercitra sukses. Jurnalisme gaya hidup menjadi sebuah pilihan bagi banyak organisasi media. Media-media tersebut memungkinkan terjadinya penyebaran gaya hidup dalam waktu yang sangat cepat. Di Indonesia, sebagian media tersebut beroperasi dengan cara waralaba (*franchise*) dari belahan dunia yang lain layaknya makanan fast food. Media juga memilih figur-figur tertentu dan akan menasbihkan mereka menjadi selebriti. Selebriti dapat berasal dari berbagai profesi seperti bintang film, penyanyi, pejabat, pengacara, atlet dan sebagainya. Kesamaan yang dimiliki oleh semua selebriti selain populer adalah memiliki tampilan fisik yang menarik. Mereka harus memikat untuk difoto atau disorot kamera televisi. Para selebriti ini bukan hanya menjadi tontonan, tetapi akan menjadi “tuntunan”

bagi segenappenggemarnya. Para penggemar akan mencobamengimitasi penampilan selebriti yangdikaguminya. Mereka akan mencocokkan *fashion*, aksesoris, gaya rambut, bentuk tubuh dan gayahidup para selebriti. Mereka berlaku layaknya selebriti dalam kehidupan sehari-hari. Untuk mengaktualisasikan diri, mall menjadi salah satu situs penting dalam kebudayaan kontemporer. Mall adalah tempat di mana mereka bisa dilihat dan melihat. Gaya hidup adalah komoditas baru dalam kapitalisme. Ia bahkan bisa menelusup masuk dalam simbol-simbol agama dan bergerak dari dalam seraya menawarkan konsep “saleh tetapi trendy” atau “ibadah yes, gaul yes”. Adapun preferensi sosial yang diam-diam diadopsi oleh masyarakat dan menggantikan nilai-nilai lama.<sup>18</sup>

- b. Di penelitian ini lebih berfokus pada gaya hidup dan fashion dari masyarakat di era globalisasi yang tentunya berbeda dengan yang akan diteliti oleh peneliti. Yang mana peneliti ingin mengetahui *fashion* komunikasi panji galuh kota kediri

---

<sup>18</sup>Hendariningrum, Retno Jurnal “*FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI*” (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" : 2011)