

Representasi Identitas Sosial Melalui *Fashion* Pada Mahasiswa FKIP Universitas Mataram

Noviana Indrianti¹, Sumitro², Mila Noviana³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Sosiologi, FKIP, Universitas Mataram, Indonesia

¹novianaindrianti21@gmail.com, ²sumitro@staff.unram.ac.id, ³milanoviana207@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 01-06-2026

Disetujui: 30-07-2026

Kata Kunci:

Representasi;
Identitas sosial;
Fashion

Keywords:

Representation;
Social Identity;
Fashion

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mendorong mahasiswa dalam memilih *fashion* dan representasi identitas sosial melalui *fashion* pada mahasiswa FKIP Universitas Mataram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data dan akumulasi hasil diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi bersama Informan. Teknik analisis data yang digunakan mengikuti kerangka teori Miles dan Huberman seperti reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *fashion* mahasiswa dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu kepribadian, lingkungan pergaulan, dan media sosial. Kepribadian mendorong mahasiswa untuk mengutamakan kenyamanan sebagai dasar terbentuknya rasa percaya diri, sedangkan lingkungan pergaulan berperan dalam membentuk keselarasan gaya berpakaian sebagai simbol kebersamaan dalam kelompok. Selain itu, media sosial menjadi sumber inspirasi yang memperkenalkan berbagai tren *fashion* sehingga mendorong mahasiswa mengadopsi gaya berpakaian yang sesuai dengan preferensi mereka.

Abstract: This study aims to identify the factors that influence students' fashion choices and the representation of social identity through fashion among students in the Faculty of Teacher Training and Education at Mataram University. This study employs a qualitative approach using the phenomenological method. Data and findings were obtained through observation, interviews, and documentation with informants. The data analysis techniques used followed the theoretical framework of Miles and Huberman, including data reduction, data presentation, drawing conclusions, and verification. The results of this study indicate that students' fashion choices are influenced by three main factors: personality, social circles, and social media. Personality encourages students to prioritize comfort as the foundation for building self-confidence, while their social environment plays a role in shaping the harmony of their dressing style as a symbol of group cohesion. Additionally, social media serves as a source of inspiration that introduces various fashion trends, thereby encouraging students to adopt a dressing style that aligns with their preferences.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. LATAR BELAKANG

Dalam kehidupan modern, *fashion* telah berkembang menjadi bagian penting dari budaya global dan tidak sekedar kebutuhan dasar manusia. Perkembangannya semakin pesat dalam masyarakat modern menjadikan *fashion* tidak dapat dipisahkan dari generasi muda (Ray & Nayak, 2023). Perkembangan ini menunjukkan bahwa *fashion* tidak hanya sebagai penutup tubuh, menjaga kenyamanan, dan memenuhi standar kesopanan, melainkan juga sebagai kebutuhan mengekspresikan diri seperti status, selera dan kelompok mana dirinya berasal (Ni Putu Ari Krismajayanti et al.,

2025). Kesadaran masyarakat akan pentingnya *fashion* juga terlihat dalam penelitian menunjukkan bahwa 35% responden menganggap *fashion* sebagai aspek yang penting dalam kehidupannya, sementara 30% lainnya menilai sangat penting (Kadir, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menganggap *fashion* sangat penting dalam kehidupan, yang berarti *fashion* memiliki peran besar dalam kehidupan sosial.

Fashion adalah gaya berbusana populer dalam suatu budaya yang menentukan penampilan dari seorang individu (Velasco-Molpeceres et al., 2023). Selanjutnya menurut Frings menjelaskan bahwa *fashion* merupakan suatu gaya yang populer pada waktu tertentu merujuk pada karakteristik pakaian dan aksesoris (Sahrub, 2020). *Fashion* sangat erat kaitannya dengan representasi, karena seseorang menggunakan *fashion* untuk merepresentasikan atau mendefinisikan diri kepada orang lain. Oleh karena itu, representasi merujuk pada kegiatan menampilkan, mewakili, dan memaknai sesuatu yang digambarkan (Aspinall & Twigger Holroyd, 2025). Dengan demikian, *fashion* sebagai cara untuk menampilkan dan mewakili identitas dihadapan orang lain agar mudah dikenali oleh orang lain.

Identitas sosial merupakan kesadaran individu bahwa dirinya bagian dari suatu kelompok, misalnya kelompok hobi, suku, atau anak muda kekinian (Nadia Afifah & Septi Kuntari, 2025). Individu pasti ingin memiliki identitas sosial yang baik. Salah satu cara yang mudah untuk menunjukkan keanggotaan dan identitas adalah melalui *fashion* (A. P. Ramadhan & Iman, 2024). *Fashion* dipakai sebagai tanda untuk membedakan antara kelompok sendiri dan kelompok luar. Ketika individu memakai gaya *fashion* tertentu menunjukkan kesamaan dengan kelompoknya (Rio Erdi Pamungkas et al., 2024). Fenomena pilihan *fashion* menjadi menarik dilihat di lingkungan kampus yang heterogen dengan berbagai mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah (Rosana Nabila et al., 2024). Mahasiswa yang dikenal sebagai anak muda biasanya ingin mencoba hal-hal baru, serta memiliki kreativitas dan ide untuk mengekspresikan dirinya melalui *fashion* agar tetap mendukung penampilannya, tentunya *fashion* yang dipilih mahasiswa didorong oleh berbagai faktor yang beragam (Bowo et al., 2023).

Mahasiswa yang dikenal sebagai anak muda biasanya ingin mencoba hal-hal baru serta memiliki kreativitas dan ide untuk mengekspresikan dirinya melalui *fashion* agar tetap mendukung penampilannya (Fitriani et al., 2024). Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji terkait peran keluarga dan teman sebaya dalam membentuk identitas sosial *fashion* sebagai ekspresi diri serta representasi identitas sosial, Puspita (2025) menjelaskan bahwa motivasi mengikuti tren melibatkan faktor kepercayaan diri, eksistensi sosial, dan identitas budaya. Gaya berpakaian bukan sekadar manifestasi estetika, melainkan bagian dari dinamika sosial yang kompleks dalam lingkungan akademik. Nur Sella & Banowo (2023) menyebutkan bahwa *thrifting* merupakan trend kegiatan berbelanja pakaian bekas yang sedang diminati oleh anak muda zaman sekarang. Selain harganya murah, karena dengan mengikuti trend *thrifting* tersebut

anak muda dapat menemukan model *fashion* mereka sendiri seperti gaya yang terlihat *vintage* dan *rare*. Resita et al. (2025) menunjukkan bahwa cara berpakaian mahasiswa FAI-UMB di *TikTok* tidak hanya mencerminkan identitas akademis dan keagamaan mereka, tetapi juga dipengaruhi oleh *tren mode* dan keinginan pribadi.

Pradana & Wijaya (2023) menyebutkan bahwa tren fashion merk lokal di kalangan mahasiswa UNNES merubah pola gaya hidup mahasiswa, selain itu penggunaan fashion merk lokal merupakan salah satu bentuk rasa cinta mahasiswa UNNES terhadap produk dalam negeri. Ario Bimo Adipura et al. (2025) menunjukkan bahwa mahasiswa merespons aturan tersebut secara positif sebagai bentuk kesiapan menghadapi dunia kerja, meningkatkan identitas profesional, serta membedakan diri dari mahasiswa lainnya. Representasi diri tercermin dari pemilihan busana formal seperti kemeja, celana bahan, jas, dan sepatu pantofel bagi laki-laki, serta *blouse*, rok/celana bahan, blazer, dan sepatu hak atau flat bagi perempuan. Delvina Amelia Ramadhani et al. (2025) menunjukkan bahwa pakaian yang ditampilkan, mulai dari busana adat Melayu, *ulos Batak*, hingga kostum daur ulang yang merepresentasikan budaya Jerman, berfungsi sebagai ikon, indeks, dan simbol dari identitas kultural generasi muda. Hasilnya mengungkapkan bahwa penggunaan busana dalam acara ini memperkuat narasi identitas yang kompleks lokal, global, religius, dan ekologis.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji *fashion* sebagai representasi identitas sosial, sebagian besar masih berfokus pada pengaruh tren, media sosial, *thrifting*, penggunaan merek lokal, identitas religius, profesionalisme, maupun identitas budaya dalam konteks mahasiswa di berbagai perguruan tinggi. Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis representasi identitas sosial mahasiswa calon guru melalui *fashion* dengan mengintegrasikan dimensi ekspresi diri, identitas profesional, nilai budaya lokal, serta pengaruh lingkungan sosial dalam konteks kehidupan kampus FKIP Universitas Mataram. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana *fashion* digunakan sebagai media representasi identitas sosial oleh mahasiswa FKIP Universitas Mataram serta mengungkap makna yang dibangun melalui pilihan gaya berpakaian dalam interaksi akademik maupun sosial.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Alasan peneliti menggunakan fenomenologi yaitu untuk menggali dan memahami pengalaman mahasiswa terkait penggunaan *fashion* di lingkungan kampus (Yusuf et al., 2022). Penelitian dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Mataram. Adapun jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui observasi secara langsung, wawancara dan dokumentasi, Peneliti menggunakan purposive sampling untuk menentukan kriteria subjek penelitian yang terdiri beberapa mahasiswa di FKIP Universitas Muhammadiyah Mataram. Untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan observasi untuk

mengamati fashion mahasiswa, wawancara semi terstruktur untuk menggali alasan subjektif pemilihan fashion, dan dokumentasi berupa foto kegiatan penelitian. Sedangkan data sekunder yang diperoleh dari literatur melalui beberapa database nasional maupun scopus terkait representasi, identitas sosial dan *fashion*, menggunakan buku dan artikel. Adapun teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan (Shalwa, 2025).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor yang mendorong mahasiswa FKIP dalam memilih Fashion

a. Kepribadian

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa faktor yang mendorong mahasiswa dalam memilih *fashion* pada penelitian ini yaitu aspek kepribadian. Kepribadian tersebut tercermin melalui bagaimana mahasiswa selalu memprioritaskan kenyamanan sebagai dasar untuk membangun kepercayaan diri sebelum beraktivitas di lingkungan kampus. Pada saat mahasiswa merasa nyaman dengan pakaian pilihannya, hal tersebut tentunya akan membentuk konsep diri yang positif sehingga mahasiswa berani untuk mengekspresikan diri tanpa mendengarkan pandangan orang lain. Hasil wawancara dengan salah satu Mahasiswa 1, menjelaskan bahwa;

"Faktor kenyamanan sangat berpengaruh dalam berpakaian, karena kan mahasiswa sekarang jadwalnya padat, jadi mereka cenderung memilih pakaian yang praktis untuk dipakai sehari-hari."

Hasil temuan ini sejalan dengan pendapat Ramadani et al. (2024) menyatakan bahwa fashion dapat mencerminkan jati diri mahasiswa yang harus mempertimbangkan penampilan sesuai dengan aktivitas sehari-hari, dengan memakai pakaian yang nyaman sesuai kepribadian dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kesehatan mental selama berinteraksi di kampus. Selain itu, Rahman et al. (2024) menyatakan bahwa individu merasa lebih percaya diri ketika pakaian yang dikenakan terasa nyaman dan sesuai dengan mereka. Penelitian ini sejalan dengan asumsi tersebut yang menunjukkan bahwa dengan kenyamanan berpakaian bukan sekedar selera pribadi, melainkan bentuk proses internalisasi mahasiswa untuk menyesuaikan penampilannya dengan konsep diri yang positif agar dapat beradaptasi dengan identitas kelompoknya. Ketika mahasiswa merasa nyaman maka, akan muncul rasa percaya diri karena keselarasan antara pakaian yang dikenakan dengan identitas sosial yang di bangun di lingkungan kampus.

b. Lingkungan Pergaulan

Berdasarkan temuan penelitian, menemukan bahwa faktor yang mendorong mahasiswa dalam memilih *fashion* yakni lingkungan pergaulan. Lingkungan pergaulan sangat berperan besar dalam membangun cara berpakaian mahasiswa, yang mana adanya kecenderungan untuk menyesuaikan penampilan agar terlihat kompak dan selaras dengan kelompoknya. Pengaruh ini terlihat dari sikap mahasiswa yang dapat menyesuaikan diri dan terbuka dalam mendengarkan saran dan pendapat dari teman kelompoknya mengenai kecocokan *outfit* yang digunakan agar meningkatkan kepercayaan diri, hal ini didukung hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Mahasiswa 2 yang menyatakan sebagai berikut;

"Kami sering meminta pendapat dan mendengar saran dari temen terkait apa yang kita pakai hari ini supaya pakaian yang kita gunakan sama, Seperti menggunakan pakaian jeans"

Serta subjek juga sesekali ikut-ikutan mengadopsi pakaian tertentu karena melihat gaya berpakaian teman-temannya namun tetap dibatasi dengan selera pribadi masing-masing mahasiswa apabila dirasa tidak sesuai dengan dirinya sendiri seperti yang ditegaskan oleh Mahasiswa 2 bahwa ia tidak mudah terbawa arus jika tidak sesuai dengan dirinya sendiri. Fenomena tersebut juga dikemukakan oleh informan yang menegaskan bahwa mahasiswa berusaha menyesuaikan penampilan untuk menunjukkan keselarasan kelompok. Hasil temuan ini sejalan dengan pendapat Pratamartatama et al. (2024) mengungkapkan bahwa pengaruh kelompok teman sebaya memiliki peran krusial dalam menentukan selera pakaian remaja maupun mahasiswa yang dapat memunculkan tekanan sosial yang mendorong individu untuk selalu mengikuti *trend* dominan agar sesuai dengan kelompoknya. Selanjutnya, menurut pendapat (Nisa & Rudianto, 2017) mengatakan bahwa pemilihan pakaian dengan selera yang sama di kalangan mahasiswa yang bermerek akan membentuk kelompok pertemanan yang akan cenderung berkumpul bersama.

c. Media Sosial

Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor yang mendorong mahasiswa juga berasal dari media sosial. Aspek ini terlihat ketika platform digital seperti *tiktok*, *instagram* dan *pintres* yang memberikan rangsangan kepada mahasiswa untuk mencari inspirasi tanpa batas dalam mengeksplorasi *trend* pakaian terkini untuk di *mix and match*, hal tersebut diakui oleh Mahasiswa 3 yang mengatakan bahwa;

“Media sosial juga berpengaruh kak, saya nyari inspirasi outfit di media sosial kayak di tiktok yang menarik simpel kayak yang saya pakai ini kardigan agak ngecrop terus bawahannya cutbray”.

Melalui paparan konten kreatif di media sosial tersebut, mahasiswa cenderung melakukan imitasi terhadap gaya berpakaian figur publik yang menjadi idolanya, serta mahasiswa mengadopsi budaya luar seperti *trend* berpakaian *K-Pop style*. Tentunya hal ini, diperkuat oleh informan yang menyatakan bahwa media sosial merupakan tempat mahasiswa melihat berbagai *trend fashion* yang akan diikuti. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Arsita, (2022) mengungkapkan bahwa ketertarikan mahasiswa terhadap *fashion* yang mengidolakan seseorang di media sosial instagram yang menimbulkan perilaku imitasi *trend fashion* yang dilakukan oleh mahasiswa.

2. Representasi identitas sosial melalui *fashion* pada mahasiswa FKIP Universitas Mataram

a. Kategorisasi sosial

Hasil penelitian menemukan bahwa mahasiswa FKIP Universitas Mataram secara sadar melakukan pengelompokan sosial berdasarkan gaya berpakaian yang digunakan. Mayoritas subjek mengkategorikan diri mereka ke dalam kelompok gaya berpakaian bebas karena mereka mengejar kenyamanan, kepraktisan kuliah serta keinginan sebagai anak muda yang ingin menikmati kebebasan dalam berekspresi (Tyas, 2022). Hal ini, terlihat ketika mahasiswa memilih pakaian harian mereka yang santai seperti, perpaduan kaos yang diberikan luaran (outer jaket, rajutan, *hoodie* dan kardigan) dan untuk bawahannya celana *jeans*, *cargo* atau *cutbray*, walaupun pakaian tersebut tidak sesuai aturan kampus, mahasiswa tetap sadar menggunakannya untuk mempertahankan identitasnya.

Keterkaitan dengan teori identitas sosial pada tahap kategorisasi sosial yaitu ketika individu secara sadar membagi lingkungan sosialnya ke dalam kategori-kategori untuk mempermudah identifikasi diri. Mahasiswa FKIP Universitas Mataram mengkategorikan diri kedalam kelompok gaya berpakaian bebas dan ekspresif dengan mengenakan baju kaos, luaran dan celana *jeans*, *cargo* atau *cutbray*.

b. Identifikasi sosial

Hasil penelitian menemukan bahwa mahasiswa FKIP Universitas Mataram yang memilih gaya berpakaian bebas menunjukkan adanya rasa keterikatan yang kuat dan mendalam terhadap kelompok pertemanan (*circle*) mereka. Identifikasi sosial ini ditandai dengan adanya kesamaan nilai, keselarasan selera dan satu frekuensi di dalam kelompoknya ditunjukkan melalui cara mereka berpenampilan di kampus yang selaras. Berdasarkan hasil

wawancara yang telah dilakukan dengan Mahasiswa 3 yang menyatakan bahwa;

"Saya merasa kelompok pertemanan saya merupakan lingkungan yang paling sesuai dan mencerminkan identitas diri saya. Saya dan teman-teman cenderung memiliki gaya berpakaian kasual, seperti mengenakan kardigan, pakaian rajut, dan celana jeans"

Hasil penelitian ini sejalan dengan Ramadhan et al. (2025) yang menyatakan bahwa proses identifikasi sosial menumbuhkan rasa memiliki yang kuat terhadap kelompok, melalui keselarasan berpenampilan yang sesuai dengan *circle* pertemanan berubah menjadi arena sarana identitas kolektif. Dengan mengadopsi gaya berpakaian serupa mahasiswa tidak hanya mencari validitas kelompok melainkan untuk memperoleh rasa nyaman dan meningkatkan kepercayaan diri di lingkungan kampus. Adapun dokumentasi kelompok Mahasiswa yang sedang berada di taman kampus yang menggunakan pakaian *jeans* dan hijab dengan model berbeda, seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Kelompok Mahasiswa

Gambar 1 memperlihatkan sekelompok mahasiswa yang sedang berada di taman kampus dengan mengenakan pakaian berbahan *jeans*, dipadukan dengan atasan seperti kardigan, pakaian rajut, dan hijab dengan model yang beragam. Meskipun terdapat variasi pada model hijab, warna, dan jenis atasan yang digunakan, keseluruhan penampilan menunjukkan kecenderungan pada gaya berpakaian kasual yang sederhana dan nyaman. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemilihan busana tidak hanya didasarkan pada aspek fungsional, tetapi juga menjadi representasi identitas sosial kelompok. Kesamaan penggunaan elemen *fashion* tertentu, seperti *jeans* dan gaya

berpakaian kasual, mencerminkan adanya kesamaan preferensi serta nilai yang dibangun dalam kelompok pertemanan, sementara variasi pada detail penampilan tetap memberikan ruang bagi setiap individu untuk mengekspresikan identitas personalnya. Dengan demikian, *fashion* berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan identitas individu sekaligus memperkuat rasa kebersamaan dan keanggotaan dalam kelompok sosial mahasiswa.

c. Perbandingan sosial

Hasil penelitian menemukan bahwa mahasiswa yang menempatkan dirinya ke dalam kelompok gaya berpakaian bebas secara sadar melakukan perbandingan sosial ketika melihat atau berpapasan dengan kelompok mahasiswa yang gaya berpakaian formal. Hal ini, terlihat melalui pengamatan terhadap kelompok mahasiswa yang berpakaian teratur atau seragam hitam putih, kelompok gaya bebas ini menilai bahwa penampilan formal tersebut cenderung kaku dan monoton, sehingga akan memunculkan rasa bangga yang mendalam terhadap kelompok mereka yang memiliki kebebasan penuh untuk menggunakan pakaian tanpa harus dikekang oleh aturan formalitas kampus. Hasil wawancara dengan Mahasiswa 4 yang menyatakan bahwa;

"Adanya perbandingan sosial pasti selalu ada dikalangan Mahasiswa, bentuknya bukan berupa ejekan secara langsung, melainkan kecenderungan untuk membangun jarak sosial melalui perbedaan gaya berpakaian yang menjadi dasar dalam membandingkan diri dengan orang lain."

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Sharma, (2025) bahwa perbandingan sosial antar teman sebaya terkait pakaian mempengaruhi kondisi psikologis mahasiswa. Ketika mahasiswa berada dalam lingkungan yang membebaskan pakaian santai mampu menumbuhkan kebebasan berekspresi dibandingkan dengan lingkungan yang menerapkan berpakaian formal yang kaku. Memperkuat penelitian (Sukmawaty & Rohmawati, 2025) mengenai perbedaan gaya formal dan santai menciptakan perbandingan sosial yang mana mahasiswa formal sering dianggap lebih serius sementara yang santai dianggap lebih ekspresif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan asumsi teori identitas sosial dari Tajfel & Turner (Puspita, 2025) pada tahap perbandingan sosial yang menunjukkan bahwa mahasiswa membandingkan kelompoknya yang berpakaian bebas dengan kelompok pakaian formal, lalu kelompok gaya berpakaian bebas melabeli kelompok yang pakaiannya formal sebagai kelompok gaya berpakaian yang kaku dan monoton, sehingga akan memunculkan rasa bangga terhadap kelompoknya yang bebas berekspresi.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemilihan *fashion* mahasiswa FKIP Universitas Mataram dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu kepribadian, lingkungan pergaulan, dan media sosial. Kepribadian mendorong mahasiswa untuk mengutamakan kenyamanan sebagai dasar terbentuknya rasa percaya diri, sedangkan lingkungan pergaulan berperan dalam membentuk keselarasan gaya berpakaian sebagai simbol kebersamaan dalam kelompok. Selain itu, media sosial menjadi sumber inspirasi yang memperkenalkan berbagai tren *fashion* sehingga mendorong mahasiswa mengadopsi gaya berpakaian yang sesuai dengan preferensi mereka. Lebih lanjut, *fashion* tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan berbusana, tetapi juga menjadi representasi identitas sosial mahasiswa. Proses tersebut tercermin melalui tahapan identitas sosial yang meliputi kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Mahasiswa secara sadar mengategorikan diri ke dalam kelompok dengan gaya berpakaian kasual yang menekankan kenyamanan dan kebebasan berekspresi, kemudian membangun rasa memiliki terhadap kelompok melalui kesamaan preferensi berpakaian, serta melakukan perbandingan sosial dengan kelompok mahasiswa yang berpenampilan lebih formal. Dengan demikian, *fashion* menjadi simbol yang merepresentasikan identitas diri sekaligus memperkuat keanggotaan kelompok, rasa percaya diri, dan posisi sosial mahasiswa dalam kehidupan kampus.

Penelitian mendatang dapat mengkaji pengaruh variabel lain, seperti status sosial ekonomi, budaya lokal, gender, *self-esteem*, gaya hidup digital, maupun intensitas penggunaan media sosial dalam membentuk identitas *fashion* mahasiswa. Penggunaan pendekatan *mixed methods* atau penelitian kuantitatif juga direkomendasikan untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris sehingga dapat memperkaya temuan penelitian serta memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan kajian identitas sosial dan *fashion* di lingkungan perguruan tinggi.

REFERENSI

- Ario Bimo Adipura, Iin Soraya, & Yogi Ariska. (2025). Representasi Diri Mahasiswa UBSI Jurusan Public Relation melalui Gaya Berpakaian Resmi sebagai Bentuk Identitas Profesional di Lingkungan Universitas. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*. <https://doi.org/10.62379/jiksp.v3i2.3478>
- Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Aspinall, M., & Twigger Holroyd, A. (2025). Fashion Fictions: student experiences of designing sustainable fashion worlds. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*. <https://doi.org/10.1080/17543266.2024.2310578>
- Bowo, A. N. A., Paryanto, P., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan (JIMPIAN)*. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3i1.2249>

- Delvina Amelia Ramadhani, Shela Jenari Marbun, Apriliani Daely, Retno Anggelica Aini, Nasywa Alysa Putri, M. Oky Fardian Ghafari, & Syairal Fahmy Dalimunthe. (2025). Representasi Identitas Budaya Melalui Busana dalam Kulturfest 2025 di Universitas Negeri Medan: Analisis Ikon, Indeks dan Simbol dalam Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. <https://doi.org/10.63822/br116d76>
- Fitriani, A., Lindawarti, Y. I., Haryono, H., & Lindawarti, Y. I. (2024). Eksistensi Budaya Thrifting (Pakaian Bekas) Sebagai Tren Fashion Mahasiswa FKIP Untirta. *Edu Sociata (Jurnal Pendidikan Sosiologi)*. <https://doi.org/10.33627/es.v7i2.2697>
- Kadir, S. (2023). Peluang Industri Fashion Halal Di Indonesia: (Model Pengembangan dan Strategi). *AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi*. <https://doi.org/10.30863/aliqtishad.v15i1.4208>
- Nadia Afifah, & Septi Kuntari. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z di Aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>
- Ni Putu Ari Krismajayanti, Made Ratih Nurmalasari, Putu Putri Prawitasari, & Ida Ayu Putu Megawati. (2025). Antara Tren, Gaya dan Kebutuhan Pada Produk Fashion. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 6(1), 28–38. <https://doi.org/10.51875/jibms.v6i1.587>
- Nisa, K., & Rudianto. (2017). Trend Fashion Hijab Terhadap Konsep Diri Hijabers Komunitas Hijab Medan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(1), 105-117. <https://jurnal.umsu.ac.id:444/index.php/interaksi/article/view/882>
- Nur Sella, N., & Banowo, E. (2023). Eksistensi Anak Muda Pada Fenomena Trend Thrifting dalam Pembentukan Identitas Sosial. *BroadComm*. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i1.253>
- Pradana, B. C., & Wijaya, A. (2023). Tren Fashion Merk Lokal: Antara Gaya Hidup Dan Representasi Nasionalisme di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Praksis dan Dedikasi Sosial (JPDS)*. <https://doi.org/10.17977/um032v6i2p128-137>
- Pratamartatama, W. A., Fredline, R. A., & Djunaidi, M. L. P. (2024). Pengaruh Budaya Asing Terhadap Trend Fashion Mahasiswa Maranatha. *Journal.Institercom*. 2(2), 1178-1189.
- Puspita, R. (2025). Fashion Sebagai Komunikasi Pembentuk Identitas Sosial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. In *Fashion Sebagai Komunikasi*. <https://repository.uin-suska.ac.id/89421/>
- Rahman, B. A., Agustini, & Hasbiyah, D. (2024). Fashion Esensial Trend Thrifting Mahasiswa Perguruan Tinggi Bogor dengan Analisis Peirce. *Karimah Tauhid*. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12704>
- Ramadani, R. R., Fitriah, M., & Ruhimat. (2024). Perilaku Fashion pada Mahasiswa. *Karimah Tauhid*. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.11332>
- Ramadhan, A. P., & Iman, A. N. (2024). Konstruksi Identitas Sosial Fashion Remaja (Studi Kualitatif Pada Pengguna Pinterest Di Jabodetabek). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan (KOMASKAM)*. <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/KOMASKAM/article/view/3166>
- Ramadhan, F. L., Mutahir, A., Restuadhi, H., & Rizkidarajat, W. (2025). Identitas Sosial dalam Pola Circle Mahasiswa. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 5(2), 87–95. <https://doi.org/10.56326/jsk.v5i2.6359>
- Ray, S., & Nayak, L. (2023). Marketing Sustainable Fashion: Trends and Future Directions. In *Sustainability (Switzerland)*. <https://doi.org/10.3390/su15076202>
- Resita, R. A. S., Amrullah, & Heriyanti, L. (2025). Representasi Identitas Mahasiswa Melalui Gaya Berpakaian Di Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keagamaan Islam*. <https://doi.org/10.19105/nuansa.v22i2.21426>
- Rio Erdi Pamungkas, Fantri Elistia Ainu, Pia Khoirotun Nisa, Muhammad Akbar Chaniago, Muhammad Salman Husairi, & Azizah Salma Adinda. (2024). Gaya Konsumtif Gen Z

- Melalui Akun Tiktok Shop dalam Pembelian Produk Fashion Baju pada Kelas KPI 5D. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.485>
- Rosana Nabila, S., Nur Afifah Eka, M., & Nindya Kartika, K. (2024). Pengaruh Konsumtif Fast Fashion dalam Gaya Hidup Berpakaian Gen Z. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*. 8(3), 421-432. <https://doi.org/10.62033/iasjol.v1i2.18>
- Sahrub, S. M. P. (2020). Pemaknaan fashion: Studi gaya hidup pada komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya. *Jurnal Sosiologi Dialektika*. <https://doi.org/10.20473/jsd.v14i2.2019.103-110>
- Shalwa, A. siti. (2025). *Model Teknik Miles dan Huberman dalam Penelitian Kualitatif*. Ebizmark Blog.
- Sharma, S., & -, D. K. panwar. (2025). "Fashion vs Focus: Exploring the Role of college Attire on Mental Health". *International Journal For Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i05.58930>
- Sukmawaty, W. E. P., & Rohmawati, H. C. (2025). Persepsi Mahasiswa Tentang Gaya Berbusana dan Tata Rias Saat Menghadiri Perkuliahan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.381>
- Tyas, M. C. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Fashion Blouse (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Tahun Angkatan 2018). In *ETheses IAIN Kediri*.
- Velasco-Molpeceres, A., Zarauza-Castro, J., Pérez-Curiel, C., & Mateos-González, S. (2023). Slow Fashion as a Communication Strategy of Fashion Brands on Instagram. *Sustainability (Switzerland)*. <https://doi.org/10.3390/su15010423>
- Yusuf, Z., Nurwanah, A., & Sari, R. (2022). Fraud pada Program Jaminan Kesehatan Nasional Perpekstif: Kompetensi Auditor Internal dengan Pendekatan Fenomenologi. *Owner*. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1115>