

**FASHION SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
ARTIFAKTUALITAS HASISWA
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
ANGKATAN 2021 INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI PONOROGO**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Adi Matuz Zahra

NIM: 302200001

Pembimbing :

Kayyis Fithri Ajhuri, M. A.

NIP : 1983060720150310004

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, DAN ADAB
ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO**

**FASHION SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
ARTIFAKTUAL FASHION PADA HASISWA
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
ANGKATAN 2021
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh gelar sarjana program Strata
Satu (S-1) pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo**

**Disusun Oleh :
Adi Matuz Zahra
NIM : 30220001**

**Pembimbing :
Kayyis Fithri Ajhuri, M. A.
NIP : 1983060720150310004**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN
DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PONOROGO**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

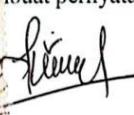
Nama : Adi Matuz Zahra
NIM : 302200001
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi dengan judul *Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo* yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan karya sendiri. Bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Dan daftar untuk sumber, *footnote*, dan segala kutipan dari penulis lain sudah tercantum pada daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di IAIN Ponorogo.

Ponorogo, 25 Maret 2024

Yang membuat pernyataan

 
Adi Matuz Zahra

NIM. 302200001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH ISLAM
ALAMAT : JL. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo 63492
Website : www.fuad.iaainponorogo.ac.id Email fuad@iaainponorogo.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Adi Matuz Zahra

NIM : 302200001

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Judul : "Fashion sebagai Media Komunikasi Artifaktual pada Mahasiswa
Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama
Islam Negeri Ponorogo"

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 25 Maret 2024



Mengetahui
Ketua Jurusan

Kayvis Fithri Athuri, S. H. I. M. A
NIP : 1983060720150310004

Menyetujui
Pembimbing

Kayvis Fithri Athuri, S. H. I. M. A
NIP : 1983060720150310004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH ISLAM
ALAMAT : JL. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo 6349

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Adi Matuz Zahra
NIM : 302200001
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul : Fashion sebagai Media Komunikasi Artifaktual pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

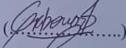
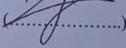
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 18 Agustus 2023

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S. Sos) pada :

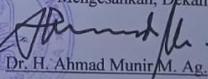
Hari : Kamis
Tanggal : 02 Mei 2024

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Galih Akbar Prabowo, M. A. 
2. Penguji I : Dr. Iswahyudi, M. Ag. 
3. Penguji II : Kayyis Fithri Ajhuri, M. A. 

Ponorogo, 06 Mei 2024

Mengesahkan, Dekan


Dr. H. Ahmad Munir, M. Ag.

NIP. 196806161998031002

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adi Matuz Zahra

NIM : 302200001

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Judul : Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi/thesis ini telah diperiksa dan disahkan oleh pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Ponorogo, 19 Juni 2024



Adi Matuz Zahra

NIM. 302200001

MOTTO

“Hijab dengan sikap yang buruk bukanlah Hijab, Hijab dengan pakaian yang ketat bukanlah Hijab, Hijab dengan rambut terurai di sisi bukanlah Hijab, Hijab dengan lapisan makeup bukanlah hijab! Hijab itu indah, maka buat itu terlihat indah, jangan hanya menjadikannya sebagai fashion.

Bob Sadino¹

¹ [https://www.solaharthandal.com/kata-kata-mutiara Bob Sadino tentangpakaian/](https://www.solaharthandal.com/kata-kata-mutiara-Bob-Sadino-tentangpakaian/). Akses 25 Januari 2024.

ABSTRAK

Zahra, Adi Matuz. 2024. Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Kayyis Fithri Ajhuri, M. A.

Kata Kunci : Komunikasi Artifaktual, Media Komunikasi, Fashion, Mahasiswa.

Fashion adalah cara orang-orang berusaha menampilkan individualitas dan cita rasa dari sebuah kelompok tertentu yang mana salah satunya berbentuk pakaian yang mengirimkan pesan kepada khalayak untuk menunjukkan sikap dari sebuah simbol komunikasi artifaktual yang merupakan pemberi pesan penentu sebuah penampilan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menjelaskan model fashion yang digunakan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (2) Mendeskripsikan pesan yang ingin disampaikan

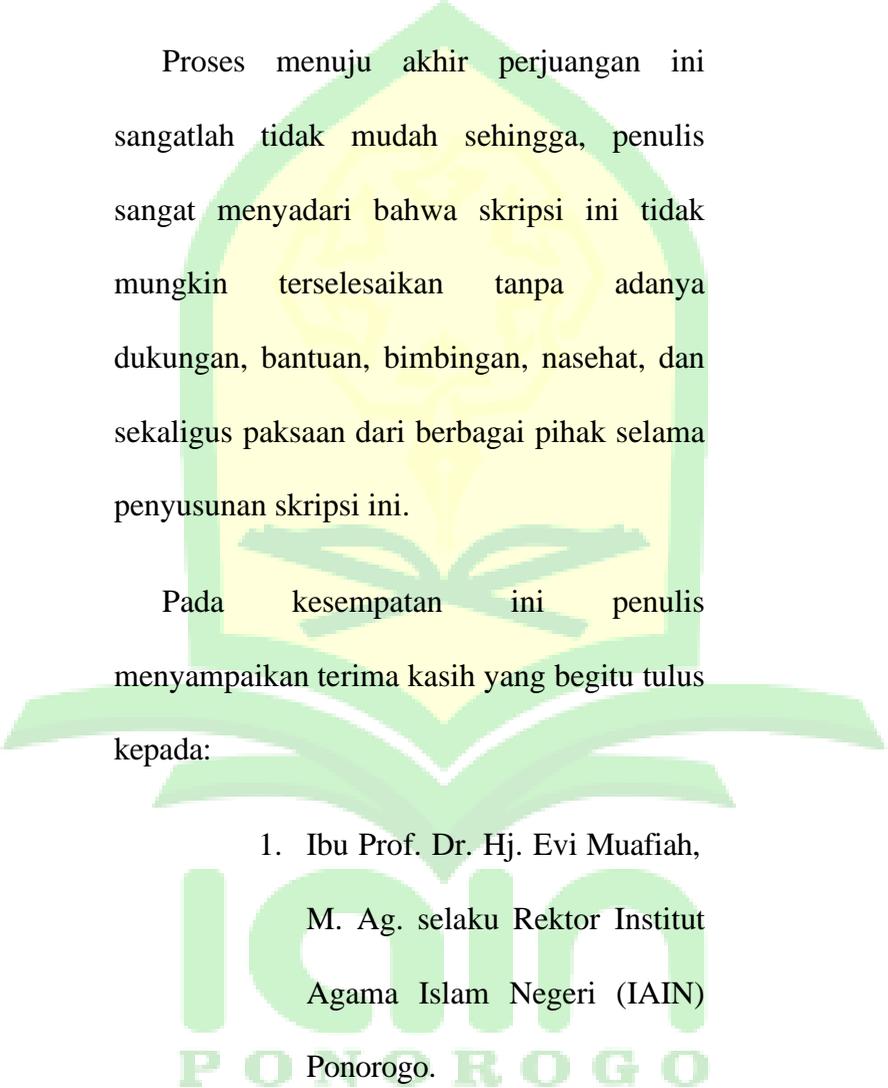
P O N O R O G O

mahasiswa dalam membentuk identitas sosial melalui fashion pada mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (3) Menganalisis wujud komunikasi artifaktual yang terbentuk melalui fashion pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Fashion merupakan salah satu media komunikasi identitas diri mahasiswa dengan orang lain. Ada suatu pesan yang ingin mereka sampaikan lewat fashion yang mereka gunakan (2) Fashion yang dikenakan mencerminkan tentang siapa dirinya, setiap orang dalam mengenakan fashion memiliki sesuatu yang ingin ditampilkan dari identitas dirinya dihadapan orang lain secara tidak langsung untuk mengkomunikasikan bagaimana citra dirinya melalui pemilihan barang-barang (3) Fashion dan gaya berpakaian berfungsi sebagai daya tarik selain menjadi penutup dan sebagai kesopanan untuk mendeskripsikan dirinya di depan publik secara khusus dan menunjukkan citra dirinya.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim, dengan mengucap puji serta syukur kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S-1) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.



Proses menuju akhir perjuangan ini sangatlah tidak mudah sehingga, penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat, dan sekaligus paksaan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang begitu tulus kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Evi Muafiah,
M. Ag. selaku Rektor Institut
Agama Islam Negeri (IAIN)
Ponorogo.

2. Bapak Dr. H. Ahmad Munir M.

Ag. selaku Dekan Fakultas
Ushuluddin, Adab dan
Dakwah.

3. Bapak Kayyis Fithri Ajhuri, M.

A. selaku Kepala Jurusan
Komunikasi dan Penyiaran
Islam, sekaligus dosen
pembimbing skripsi. Terima

kasih atas bimbingan, waktu,
dan sarannya dalam

membimbing penulis baik
berupa material maupun moril
sehingga skripsi ini dapat

IAIN
P O N O R O G O

terselesaikan dengan tepat waktu.

4. Dosen-dosen Fakultas

Ushuluddin, Adab dan Dakwah

yang namanya tidak dapat saya

tulis satu persatu, terima kasih

banyak atas ilmu dan dedikasi

yang telah diberikan kepada

penulis. Semoga menjadi ilmu

yang bermanfaat bagi penulis.

Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang

penulis harapkan untuk perbaikan karya tulis selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Ponorogo, 01 April 2024

Adi Matuz Zahra



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN ...i

NOTA PEMBIMBINGii

LEMBAR PERSETUJUANiii

HALAMAN PENGESAHAN iv

MOTTO..... v

ABSTRAK..... vi

KATA PENGANTARviii

DAFTAR ISIxiii

BAB I : PENDAHULUAN

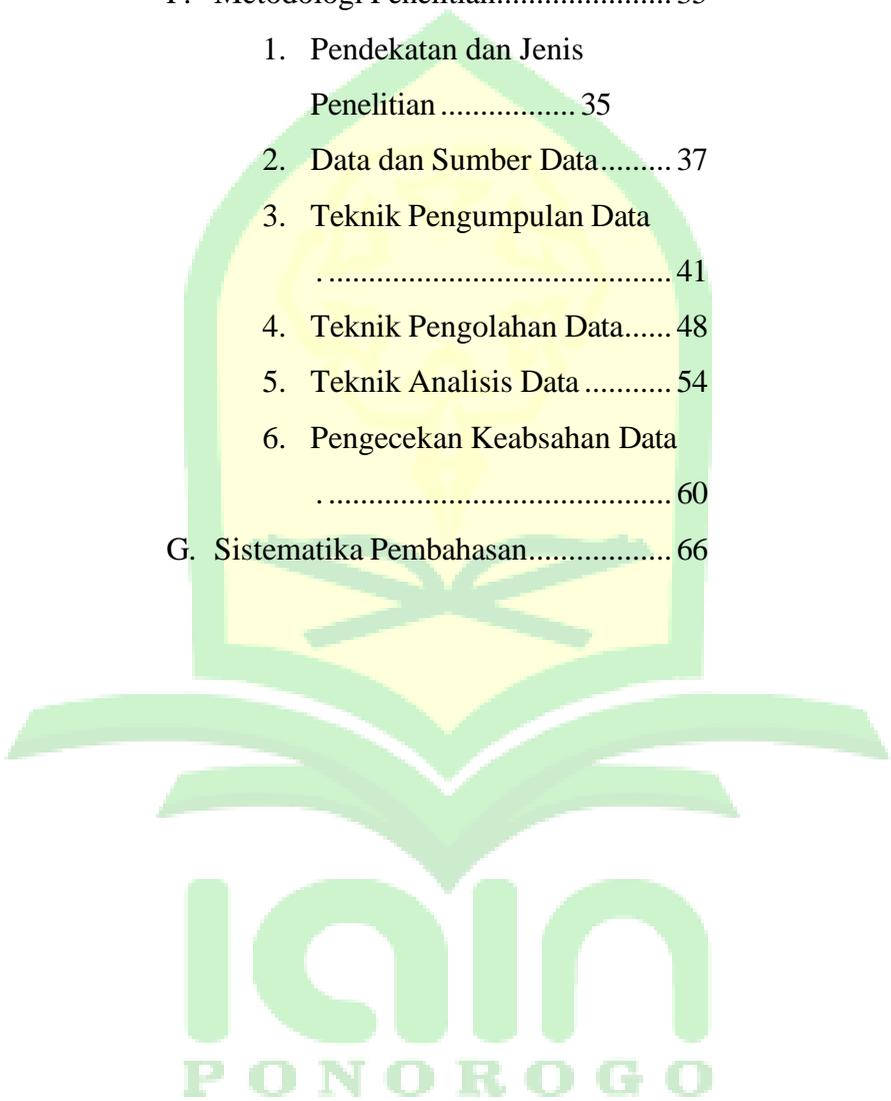
A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 14

C. Tujuan Penelitian 16

D. Manfaat Penelitian 18

E. Telaah Pustaka.....	22
F. Metodologi Penelitian.....	35
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
2. Data dan Sumber Data.....	37
3. Teknik Pengumpulan Data	41
4. Teknik Pengolahan Data.....	48
5. Teknik Analisis Data	54
6. Pengecekan Keabsahan Data	60
G. Sistematika Pembahasan.....	66



**BAB II : KOMUNIKASI
ARTIFAKTUAL, MEDIA
KOMUNIKASI, FASHION, DAN
MAHASISWA**

A. Komunikasi Artifaktual.....	71
B. Media Komunikasi	79
1. Media Komunikasi Berdasarkan Alat Komunikasi	88
2. Media Komunikasi Berdasarkan Sasaran.....	91
3. Fungsi Media Komunikasi	95
C. Fashion	96
D. Mahasiswa	104

**BAB III : DATA UMUM DAN DATA
KHUSUS**

A. Data Umum	
1. Sejarah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo	110

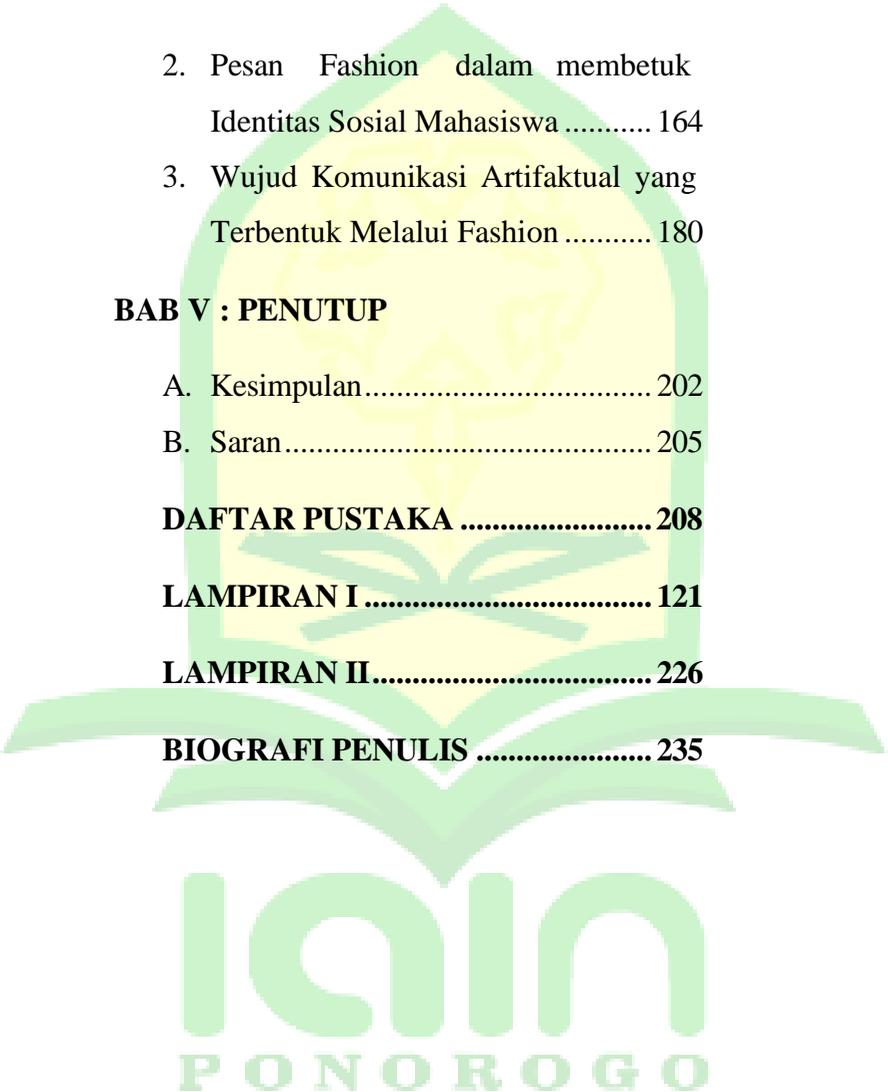
2. Sejarah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)..... 119

B. Data Khusus

1. Model Fashion yang dipakai Mahasiswa 123
2. Pesan yang terbentuk melalui Fashion 142
3. Wujud Komunikasi Artifaktual Fashion 149

BAB IV : ANALISIS DATA FASHION SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM ANGKATAN 2021 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

1. Model Fashion yang dipakai Mahasiswa 156

- 
2. Pesan Fashion dalam membentuk Identitas Sosial Mahasiswa 164
 3. Wujud Komunikasi Artifaktual yang Terbentuk Melalui Fashion 180

BAB V : PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 202
- B. Saran..... 205

DAFTAR PUSTAKA 208

LAMPIRAN I 121

LAMPIRAN II..... 226

BIOGRAFI PENULIS 235

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fashion merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Segala sesuatu yang digunakan seseorang seperti baju, aksesoris, sepatu, tas, dan gaya rambut disesuaikan dengan selera pribadinya.

Saat ini, pakaian yang digunakan masyarakat bukan lagi sekedar barang kebutuhan untuk menutupi tubuh.

Setiap orang menggunakan suatu jenis

fashion bukan hanya untuk kenyamanan namun juga untuk implikasinya, seolah-olah hal tersebut menunjukkan banyak hal tentang siapa kita sebenarnya. *Fashion* mengacu pada suatu aktivitas yang tidak terbatas pada suatu objek. *Fashion* merupakan salah satu alat komunikasi artifaktual yang dapat mencerminkan siapa yang memakainya, hal itu terlihat dari cara mereka berpakaian. Busana atau gaya berpakaian merupakan salah satu aspek penilaian awal seseorang. Saat pertama kali bertemu seseorang, tidak

jarang seseorang mencoba mendeskripsikan seseorang dari pakaian yang dikenakannya dan sebaliknya.¹

Fashion merupakan sesuatu yang dianggap mampu menyampaikan suatu makna atau tujuan tertentu bagi pemakainya. Misalnya saja anak bergaya *punk* yang identik dengan kemeja dan celana berwarna hitam. Warna mewakili pesan kebebasan.

Selain itu, *fashion* juga mencerminkan *mood* pemakainya. *Fashion* khususnya

¹ Christiany, *Fashion merupakan salah satu alat Komunikasi*: 2015.

pakaian merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Setiap harinya seseorang memilih pakaian yang akan digunakan tergantung dari kondisi yang akan dialami. Mulai dari suasana hati, siapa yang akan bertemu, situasi apa yang akan dihadapi, baik formal maupun informal serta tempat yang akan dikunjungi. Semua itu membuktikan bahwa *fashion* atau pakaian tidak hanya efektif sebagai pakaian, tapi juga alat untuk tampil sesuai dengan keadaan, identitasnya

dalam hubungannya dengan orang-orang yang kita jalani. Dengan fashion yang digunakan, seseorang berkomunikasi secara non-verbal untuk menunjukkan kepada orang lain identitasnya dan cerminan kepribadiannya.

Fashion adalah sebuah istilah akrab dalam kehidupan sehari-hari.

Mode ditentukan dan dibatasi oleh peneliti hanya pakaian, tapi di satu sisi faktanya, *fashion* adalah segalanya menjadi *trend* semua orang. Kasus ini termasuk pakaian, nafsu makan,

hiburan, barang habis pakai, dan barang lainnya. *Fashion* adalah sebuah antusiasme yang besar tapi singkat diantaranya jumlah orang yang relatif besar untuk inovasi khusus. *Mode* adalah sesuatu yang dilakukan oleh seseorang tidak seperti makna saat ini fashion seperti segala sesuatu yang dipakai oleh manusia.² Jadi bisa dikatakan *fashion* adalah penyebaran yang signifikan dengan menyampaikan simbol-simbol dalam komunikasi. Komunikasi artifaktual

² Cipta Barnard, Malcolm *Fashion Sebagai Komunikasi*. (Yogyakarta: 2011. Jalasutra).

menciptakan komunikasi arti citra pribadi dan *fashion* juga menjadi cara untuk membuka diri, tersedia secara luas untuk semua orang menciptakan kesan yang baik dalam berkomunikasi dengan orang lain. Karena *fashion* bisa menjadi alat komunikasi menyampaikan identitas sosial dengan seseorang menunjukkan siapa kita dapat diklasifikasikan menjadi kelompok atau komunitas sosial yang ada berbasis opini.³

³ Laksmi, *Teori Interaksionisme Simbolik dalam Kajian Ilmu Perpustakaan dan Informasi*: Jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Indonesia : 2017.

Istilah *modis* yang umum digunakan sebagai sinonim untuk istilah berpakaian, gaya, dan *mode*. *Fashion* dan gaya berpakaian sendiri menjadi daya tarik tersendiri dan gratis yang menggambarkan diri mereka di muka umum pada khususnya dan menunjukkan citra pribadi. Pada dasarnya sebuah *fashion* yang dapat dipakai beberapa mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo tersebut tidaklah melanggar suatu ketentuan

aturan berpakaian dalam kampus, namun sebuah *fashion* yang dipakai dapat menjadi nilai tersendiri bagi mahasiswa bergaya penampilan di suatu kalangan mahasiswa yang ada.

Berdasarkan pra-penelitian di atas, peneliti tahu ada keinginan mahasiswa menonjol karena gaya yang mereka ikuti merupakan gaya yang sedang mereka patuhi pada peraturan yang berlaku. Bentuk *fashion* dan pakaian yang dikenakan oleh mahasiswa saat ini yang telah menunjukkan nilai atau status sosial

seseorang, jadi pertarungan untuk mendapatkan makna adalah hal yang utama, nilai, atau status sosial setiap orang salah satunya berdasarkan apa yang digunakan oleh orang tersebut. Kita bisa membicarakan *fashion* dengan ciri-ciri tertentu serta menyampaikan identitas sosial juga. Gaya berpakaian yang mahasiswa gunakan, sering memakai pakaian yang menjadi trend anak muda saat ini seperti memakai *hoodie* dan *totebag* dengan warna yang sama. Ini bukan pemandangan yang aneh lagi melihat

mahasiswa menggunakan tas jinjing ke kampus. Tasnya dipakai di area bahu, ini memiliki banyak desain berbeda bisa disesuaikan dengan selera atau gaya penampilan mereka sendiri.

Jadi alasan mengapa penelitian ini penting karena penelitian mengambil subyek mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo ini bisa menjadi sampel yang representative dari banyaknya gaya pakaian yang ada pada mahasiswa dan umumnya

menjadi bagian dari penelitian yang mengacu pada gaya berpakaian mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo bisa dibilang ini lebih tentang gaya berpakaian modis dan milik sendiri berbagai jenis gaya pakaian yang membentuk identitas sosial mereka dengan lingkungan perkuliahan mereka melalui gaya berpakaian mereka.

Fashion yang digunakan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang membedakan dengan *fashion* dari

jurusan lain dapat dilihat dari gaya mereka berpakaian berupa midi dress yang dipadukan dengan celana atau rok dengan jilbab segi empat atau pashmina, kemeja, blouse atau tunik dengan bawahan celana atau rok dengan jilbab segi empat atau pashmina, dan gamis atau abaya dipadukan dengan jilbab segi empat atau pashmina. Dengan model sepatu flats shoes atau sepatu fashion sneakers dan tote bag yang menanggal di bahu atau tas ransel yang digending dipunggung. Melihat latar belakang

diatas menjadi menarik untuk penulis teliti lebih lanjut untuk menghadapi keadaan tersebut dengan judul *“Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Model Fashion yang digunakan Mahasiswa

Komunikasi dan Penyiaran Islam
Angkatan 2021 Institut Agama
Islam Negeri Ponorogo?

2. Apa saja Pesan yang ingin
disampaikan Mahasiswa dalam
Membentuk Identitas Sosial
melalui Fashion pada Mahasiswa
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Angkatan 2021 Institut Agama
Islam Negeri Ponorogo?

3. Bagaimana Wujud Komunikasi
Artifaktual yang terbentuk melalui
Fashion pada Mahasiswa
Komunikasi dan Penyiaran Islam

IAIN
PONOROGO

Angkatan 2021 Institut Agama
Islam Negeri Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan Model Fashion yang digunakan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
2. Untuk mendeskripsikan Pesan yang ingin disampaikan Mahasiswa dalam Membentuk

IAIN
P O N O R O G O

Identitas Sosial Melalui Fashion
pada Mahasiswa Komunikasi dan
Penyiaran Islam Angkatan 2021
Institut Agama Islam Negeri
Ponorogo.

3. Untuk menganalisis Wujud
Komunikasi Artifaktual yang
terbentuk melalui Fashion pada
Mahasiswa Komunikasi dan
Penyiaran Islam Angkatan 2021
Institut Agama Islam Negeri
Ponorogo.

IAIN
PONOROGO

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan kajian, menambah wawasan, dan untuk referensi dalam sebuah fashion dapat dijadikan sebagai media komunikasi artifaktual pada mahasiswa.

b. Sebagai rujukan atau referensi pada sejumlah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dalam

meneliti tentang fashion sebagai media komunikasi artifaktual pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo untuk mendapatkan informasi tambahan terhadap bagaimana

fashion sebagai media komunikasi artifaktual pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, yang mana fashion itu sendiri banyak dikonsumsi oleh mahasiswa.

b. Penggiat atau Penggemar Fashion

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menciptakan model fashion terbaru yang sedang *trend* atau

berkembang khususnya dikalangan anak muda milenial atau bahkan diikuti juga oleh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

c. Pengamat Komunikasi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan atau sumber informasi untuk dapat diproses lebih lanjut dalam pengelolaan kegiatan Fashion sebagai Media Komunikasi Artifaktual.

E. Telaah Pustaka

Salah satu unsur terpenting dalam melakukan penelitian adalah tentang objek penelitian, unsur tersebut disebut dengan telaah pustaka. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai Fashion Sebagai Media Komunikasi antara lain sebagai berikut :

Pertama, Skripsi atas nama Cut Adetya Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam

ICAIN
PONOROGO

Raden Intan Lampung⁴ tahun 2020 dengan tema "*Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Dalam Pembentukan Identitas Sosial Islam (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*". Tujuan penelitian untuk menjelaskan Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual dalam Pembentukan Identitas Sosial Pada

⁴ Skripsi : Cut Adetya *Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Dalam Pembentukan Identitas Sosial Islam Pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung* : 2020.

Mahasiswa Komunikasi Dan
Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan
Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan
Lampung.

Hasil penelitian Bagaimana
Fashion Sebagai Media Komunikasi
Artifaktual dalam Pembentukan
Identitas Sosial pada Mahasiswa
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi UIN Raden Intan
Lampung. Persamaan sama-sama
membahas tentang Fashion Sebagai
Media Komunikasi Artifaktual.

Perbedaan objek yang diteliti disini Mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Kedua, Skripsi atas nama Abdullah Bin Salim Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta⁵ tahun

⁵ Skripsi : Abdullah Bin Salim *Pakaian Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Dalam Pembentukan Identitas Sosial (Studi Deskriptif*

2017 dengan tema "*Pakaian Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Dalam Pembentukan Identitas Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswi Bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*". Tujuan penelitian untuk menjelaskan bahwa Pakaian Sebagai Media Komunikasi Dalam Membentuk Identitas Sosial Mahasiswi Bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Hasil penelitian Bagaimana Pakaian Sebagai Media Komunikasi

Kualitatif pada Mahasiswi Bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta) : 2017.

Artifaktual dalam Membentuk Identitas Sosial Mahasiswi Bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Persamaan sama-sama membahas tentang Fashion atau Pakaian Sebagai Media Komunikasi Artifaktual. Perbedaan objek yang diteliti disini Mahasiswi Bercadar UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Ketiga, Skripsi atas nama Rayhan Fahrozi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan⁶ tahun 2019 dengan tema "Pakaian Sebagai Media Komunikasi Antarbudaya Komunitas Penyuka Musik Rock (Studi Deskriptif Pada Remaja Kelurahan Puji Mulyo Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang)". Tujuan penelitian untuk

⁶ Skripsi : Rayhan Fahrozi *Pakaian Sebagai Media Komunikasi Antarbudaya Komunitas Penyuka Musik Rock (Studi Deskriptif Pada Remaja Kelurahan Puji Mulyo Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang)*: 2019.

menjelaskan Bagaimana Cara
Berpakaian Komunitas Penyuka
Musik Rock di Kelurahan Puji Mulyo
Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli
Serdang dan untuk menjelaskan
Bagaimana Pakaian Sebagai Media
Komunikasi Antarbudaya Komunitas
Penyuka Musik Rock di Kelurahan
Puji Mulyo Kecamatan Sunggal
Kabupaten Deli Serdang.

Hasil penelitian Bagaimana
Pakaian Sebagai Media Komunikasi
Antarbudaya Komunitas Penyuka
Musik Rock Pada Remaja di

Kelurahan Puji Mulyo Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang. Persamaan sama-sama membahas tentang Pakaian Sebagai Media Komunikasi. Perbedaan objek yang diteliti disini Komunitas Penyuka Musik Rock dalam Lingkup Antarbudaya sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Keempat, Skripsi atas nama Resmi

Nurmaulidia Jurusan Seni Media

Rekam Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Surakarta⁷
tahun 2021 dengan tema “*Kostum
Sebagai Komunikasi Artifaktual Pada
Perkembangan Karakter Tokoh
Utama Dalam Film Mantan Manten*”.
Tujuan penelitian untuk
mendeskripsikan Fungsi Kostum
sebagai Komunikasi Artifaktual dalam
Menyampaikan Pesan-pesan atau
Informasi secara Nonverbal terutama

⁷ Skripsi : Resmi Nurmaulidia *Kostum
Sebagai Komunikasi Artifaktual Pada Perkembangan
Karakter Tokoh Utama Dalam Film Mantan Manten* :
2021.

pada Perkembangan Karakter Tokoh Utama dalam Film *Mantan Manten*.

Hasil penelitian Bagaimana Kostum divisualisasikan sebagai Komunikasi Artifaktual pada Perkembangan Karakter Tokoh Utama dalam Film *Mantan Manten*. Persamaan sama-sama membahas Pakaian atau Kostum sebagai Media Komunikasi Artifaktual. Perbedaan objek yang diteliti disini Karakter Tokoh Utama dalam Film *Mantan Manten* sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah Mahasiswa

Komunikasi dan Penyiaran Islam
Angkatan 2021 Institut Agama Islam
Negeri Ponorogo.

Kelima, Skripsi atas nama Reza
Kurnia Sandy Jurusan Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Lampung⁸
tahun 2023 dengan tema “*Fashion
Sebagai Komunikasi Artifaktual
Dalam Pembentukan Identitas Diri
Mahasiswa Komunikasi FISIP
Universitas Lampung*”. Tujuan

⁸ Skripsi : Reza Kurnia Sandy *Fashion
Sebagai Komunikasi Artifaktual Dalam Pembentukan
Identitas Diri Mahasiswa Komunikasi FISIP
Universitas Lampung* : 2023.

penelitian untuk mendeskripsikan
Bagaimana Fashion sebagai Media
Komunikasi Artifaktual dalam
Pembentukan Identitas Diri pada
Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung.

Hasil penelitian Bagaimana
Fashion sebagai Komunikasi
Artifaktual dalam Pembentukan
Identitas Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Lampung.

Persamaan sama-sama membahas

Fashion sebagai Komunikasi Artifaktual. Perbedaan objek yang diteliti disini Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung sedangkan dalam penelitian ini objeknya adalah Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan



kualitatif adalah penggambaran secara kualitatif fakta, data, atau objek material yang bukan merupakan rangkaian angka, melainkan berupa ungkapan bahasa atau wacana (apapun itu bentuknya) melalui interpretasi yang tepat dan sistematis.⁹

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif ialah suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat

⁹ Wahyu Wibowo. *Cara Cerdas Menulis*. 2011. Jakarta: Buku Lompas, 43.

gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat yang sedang diteliti.¹⁰

2. Data dan Sumber data

Data adalah sebuah informasi mengenai suatu hal yang belum diolah, masih mentah yang didapatkan dari suatu pengamatan berupa angka, grafik, sekumpulan fakta dari sebuah kejadian.¹¹

Sesuai dengan judul maka data

¹⁰ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), 54.

¹¹ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 66.

yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dilapangan oleh peneliti dengan cara kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi.¹² Pada penelitian ini data primer yang didapatkan peneliti adalah melalui hasil wawancara dengan informan Mahasiswa

¹² Lexy, J. Moelong. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Komunikasi dan Penyiaran
Islam Angkatan 2021 Institut
Agama Islam Negeri
Ponorogo.

b. Data Sekunder

Data sekunder
merupakan data tambahan
yang diperoleh dari berbagai
buku-buku, referensi, artikel,
internet serta yang
berhubungan dengan
penelitian ini. Dengan
demikian data sekunder

IAIN
PONOROGO

berfungsi untuk melengkapi dan mendukung data primer.¹³

c. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek berdasarkan dari mana data didapatkan.¹⁴

Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah ungkapan informan didalam penelitian ini adalah orang yang terlibat langsung dalam

¹³ Lexy, J. Moelong. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

¹⁴ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta:Rineka Cipta, 2010),172.

penelitian yakni 5 mahasiswa dari Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari berbagai buku, referensi, artikel, internet, serta hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

IAIN
P O N O R O G O

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data utama yang dilakukan penulis dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk memperoleh data-data yang diperlukan penulis kepada informan. Wawancara tersebut akan dilakukan dengan menemui secara langsung informan yang telah dipilih berdasarkan *key informan*.¹⁵

¹⁵ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik* Jakarta: Rineka Cipta, (2015) 63.

Adapun implementasi dari wawancara ini tentang model fashion, pesan yang ingin disampaikan melalui fashion, dan wujud komunikasi artifaktual oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

b. Observasi

Observasi merupakan prosedur atau teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara melihat, mengamati, dan mencatat mengenai perilaku objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis tidak melakukan observasi langsung maupun tidak langsung dalam suatu penelitian ilmiah, observasi tidak langsung akan dilakukan penulis dengan melihat beberapa unsur media sosial yang dapat membantu untuk menemukan jawaban dari rumusan masalah. Selain itu,

secara langsung peneliti melakukan kajian observasi fashion dan dikenakan oleh informan.¹⁶ Adapun implementasi dari observasi ini tentang model fashion, pesan yang ingin disampaikan melalui fashion, dan wujud komunikasi artifaktual oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan

¹⁶ Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.

2021 Institut Agama Islam
Negeri Ponorogo.

c. **Dokumentasi**

Peneliti

mengumpulkan catatan
peristiwa yang terjadi, baik itu
dalam bentuk tulisan, foto, atau
video yang berkaitan dengan
objek penelitian. Dokumentasi
ini dilakukan secara langsung
maupun tidak langsung. Secara
langsung diambil ketika
peneliti sedang melakukan
kegiatan dengan cara

IAIN
PONOROGO

mengambil data, sedangkan secara tidak langsung peneliti mengamati kegiatan media sosial informan.¹⁷ Adapun implementasi dari observasi ini tentang model fashion, pesan yang ingin disampaikan melalui fashion, dan wujud komunikasi artifaktual oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan

¹⁷ Cholid Naburuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* Jakarta: Bumi Aksara (2010), 98.

2021 Institut Agama Islam
Negeri Ponorogo.

4. Teknik Pengolahan Data

Ketika terjun langsung
menjadi bagian dari
kelompok yang diteliti,
peneliti bisa saja terjebak
pada subjektivitas pribadinya.

Dengan menggunakan istilah
“*going native*” untuk

menggambarkan keadaan
peneliti yang terperangkap

dalam cara pandang
kelompok yang diteliti

sehingga sulit menentukan sudut pandang ilmiah, baik dalam pengumpulan atau analisis data. Teknik analisis data dalam penelitian etnografi mencakup deskripsi, analisis, dan interpretasi.

Penjelasan lebih lanjut mengenai deskripsi, analisis, dan interpretasi adalah sebagai berikut : ¹⁸

¹⁸ Bryman, *Pengertian Tentang Deskripsi, Analisis, Dan Interpretasi Penelitian*, (Malang: Creswell, 2007), 55-60.

1. Deskripsi

Tahap ini adalah tahap pertama yang harus dilakukan oleh peneliti. Peneliti berusaha untuk menggambarkan dengan detail kelompok yang diteliti. Peneliti diumpamakan sebagai pencerita. Peneliti harus fokus pada detail dan membuat pembaca melihat melalui sudut pandang peneliti. Pada

bagian ini, peneliti dapat menunjukkan perspektif yang berbeda melalui cara pandang informan.

2. Analisis

Pada tahap ini, peneliti menyort kembali data yang sebelumnya telah diperkenalkan di bagian deskripsi. Peneliti dapat menampilkan pembahasan dalam bentuk tabel, diagram,

grafik, atau gambar.

Peneliti harus

menemukan pola dari

keseluruhan data. Peneliti

dapat membandingkan

kelompok budaya yang

diteliti dengan kelompok

budaya lainnya,

mengevaluasi kelompok

budaya yang diteliti,

menarik hubungan antara

kelompok budaya yang

diteliti dengan kerangka

teori yang lebih luas, atau

menyampaikan

kekurangan dalam

penelitiannya.

3. Interpretasi

Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses analisis data penelitian.

Peneliti menyampaikan pemaknaannya atas kelompok yang diteliti.

Peneliti menarik kesimpulan yang bersifat

pribadi dan

menjadikannya sebuah

teori berdasarkan interpretasi.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan. Terdapat tiga tahapan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Milles dan Huberman sebagai berikut :¹⁹

¹⁹ Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 4 Bandung: Alfabeta.

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis lapangan. Reduksi data merupakan bentuk suatu analisis yang menjamkan, menggolongkan, mengarahkan, menyeleksi ketat dengan membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data

dengan cara yang sedemikian rupa sehingga, kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasikan. Pada reduksi data ini peneliti melakukan penyederhanaan pada data yang telah diambil dari informan baik pada wawancara dan studi kasus, hal ini dilakukan untuk menemukan data inti yang diperlukan pada penelitian ini.

2. Penyajian Data

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Penyajian data yang lebih baik adalah suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang *valid* untuk melihat gambaran keseluruhan dari penelitian ini.

Setelah adanya penyederhanaan di reduksi

data, selanjutnya peneliti mengambil inti sari dari penelitian untuk disimpulkan pada penelitian ini.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dalam penelitian dilakukan sejak pengumpulan data hingga menyeleksi, menafsirkan, dan menyelaraskan dengan konsep dan teori. Menemukan satu kesimpulan dan penarikan

kesimpulan tersebut didapatkan dari hasil yang telah didapat dari teknik sebelumnya yang telah dilakukan. Pada verifikasi ini peneliti melakukan pengecekan secara menyeluruh baik pada data yang telah diambil dan disimpulkan hingga redaksional.

6. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:²⁰

a. Memperpanjang Observasi

Perpanjangan

pengamatan ini dilakukan dengan peneliti kembali ke lapangan, melakukan wawancara dan melakukan pengamatan lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 252.

Adapun berapa lama perpanjangan observasi ini dilakukan tergantung pada kedalaman, keluasan, dan kepastian data.

b. Meningkatkan Ketekunan Pengamatan

Meningkatkan

ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih teliti dan cermat serta berkesinambungan. Dengan

dilakukannya cara tersebut maka kepastian data dan urutan

peristiwa akan terekam secara pasti dan sistematis.

Untuk meningkatkan ketekunan ini peneliti melakukan cara dengan membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumen-dokumen yang berkaitan dengan yang diteliti.

Dengan membaca ini maka wawasan dan pengetahuan akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang

telah ditemukan tersebut benar adanya atau tidak.

c. Triangulasi

Triangulasi data adalah teknik mengecek kebenaran data dari berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi data dengan sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber. Sedangkan triangulasi teknik yaitu menguji kredibilitas dengan cara mengecek data kepada

sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, adapun contohnya yaitu data yang diperoleh dengan hasil wawancara, maka dicek kembali dengan observasi, dokumentasi, atau kuisisioner, dan yang terakhir yaitu triangulasi waktu yang dilakukan dengan melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau

teknik lainnya dalam situasi atau waktu yang berbeda.²¹

d. Diskusi Dengan Teman atau Orang Lain

Mendiskusikan hasil data dengan teman atau orang lain yang memahami terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 274.

G. Sistematika Pembahasan

Skripsi yang disusun oleh penulis terdiri dari lima bab yang secara garis besar menguraikan hal-hal sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan dasar-dasar pokok penelitian yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, telaah penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan deskripsi mengenai objek yang diteliti yaitu Fashion sebagai Media Komunikasi Artifaktual pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yaitu : Komunikasi Artifaktual, Media Komunikasi, Fashion, dan Mahasiswa.

BAB III : HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan pembahasan yang berisikan data umum berupa sejarah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dan sejarah Jurusan Komunikasi dan

Penyiaran Islam. Sedangkan data khususnya adalah pemahaman mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 tentang Artifaktual, apa saja media komunikasi yang dipakai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021, dan gaya fashion yang dipakai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

BAB IV : ANALISIS

Dalam bab ini merupakan pembahasan data penelitian dengan menggunakan teori-teori yang telah dipaparkan di dalam bab landasan teori yaitu Model Fashion yang digunakan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021, Pesan yang ingin disampaikan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021, dan Wujud Komunikasi Artifaktual yang terbentuk melalui fashion pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran

Islam Angkatan 2021 Institut Agama
Islam Negeri Ponorogo.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan
atas pembahasan rumusan masalah
yang telah diteliti dan berisi saran bagi
penelitian selanjutnya.



BAB II

**KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL,
MEDIA KOMUNIKASI, FASHION, DAN
MAHASISWA**

A. Komunikasi Artifaktual

Ilmu komunikasi yang sebagai ilmu yang multidisiplin memberikan banyak sumbangan dalam konteks kajiannya. Salah satunya mengenai pakaian memainkan peran yang sangat penting. Pakaian dalam konteks komunikasi non-verbal merupakan bagian dari pesan artifaktual. Suatu

**IAIN
PONOROGO**

bentuk pesan yang diungkapkan melalui penampilan. Pada kaum wanita, artifaktual ditampilkan dalam bentuk pakaian, lipstik, kaca mata, asesoris dan tatanan rambut, bulu mata palsu, perhiasan, dan asesoris lainnya. Pada kaum pria, artifaktual ditampilkan dalam pakaian, aksesoris, tatanan rambut. Saat ini perkembangan artifaktual pada wanita dan pria semakin bervariasi seperti pemasangan

contact lens dan pemakaian tato serta riasan wajah.²²

Fungsi pakaian juga adalah sebuah pesan, setiap bentuk dan jenis pakaian yang dikenakan akan menyampaikan penanda sosial (*social signals*) tentang si pemakainya. Penanda sosial ini artinya dapat membentuk identitas sosial, identitas diri adalah proses menjadi seorang individu yang unik dengan peran yang penting dalam hidup. Dalam konteks

²² Jalaludin, Rakhmat. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

penelitian ini ingin melihat bagaimana seorang individu menciptakan identitas diri melalui keunikannya dalam mengenakan pakaian. Melihat di era saat ini dalam perkembangannya pakaian yang dikenakan dipengaruhi oleh nilai-nilai agama, kebiasaan, tuntutan lingkungan, nilai kenyamanan, dan tujuan pencitraan. Pakaian mencerminkan peran seseorang, kelompok asalnya, status orang tersebut di dalam kelompok atau identitas

kelompok yang membedakan dengan kelompok lainnya, status orang tersebut di dalam masyarakat yang lebih luas, *hierarki*, gender, memiliki nilai simbolik, dan merupakan ekspresi cara hidup tertentu.

Studi tentang artifaktual atau pakaian termasuk ke dalam studi komunikasi non-verbal, komunikasi nonverbal pada dasarnya adalah interaksi antara pengirim dan penerima pesan tanpa menggunakan kata-kata baik

dilakukan secara sengaja maupun tidak. Komunikasi artifaktual diartikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak yaitu: pakaian, tata riasan, aksesoris perhiasan, dan gaya rambut. Sebagai suatu bentuk komunikasi artifaktual, dalam konteks ini komunikasi artifaktual termasuk ke dalam komunikasi non-verbal memiliki berbagai fungsi. Pakaian merupakan penanda dari sejumlah domain sosial, citra diri seseorang,

identitas individu dan kelompok, status sosial, dan gender.

Melihat industri fashion saat ini yang banyak memunculkan *trend* baru dalam berpakaian, menjadi sebuah ketertarikan bagi para seorang individu untuk mengikutinya. Kaum pria, wanita, dan *style* fashion adalah dua hal yang tak dapat dipisahkan, *style* fashion sudah melekat pada keseharian seorang pria dan wanita dalam berpenampilan. Inilah yang

menjadi suatu identitas tersendiri bagi seorang pria dan wanita.

Fashion yang melekat pada dirinya akan membentuk suatu ciri khas tersendiri, *style* tersebut dapat terbentuk mulai dari pemakaian outfit hingga aksesoris yang digunakan. Semuanya bisa membentuk padu padan *style* yang digunakan sehari-hari oleh mereka.

Secara tidak langsung, outfit keseharian ini bisa membentuk *style* fashion tersendiri, dan memberikan pesan komunikasi

kepada lingkungan sosialnya meskipun tak disadari secara langsung.²³

B. Media Komunikasi

Pakaian menjadi media komunikasi yang berperan penting layaknya artefak atau objek lainnya, kita memaknai pakaian sebagai tanda yang dapat mewakili kepribadian dan karakter si pemakai. Pakaian tidak hanya

²³ Firdaus, Budiati, dkk. 2016. *Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Diri Mahasiswa Fkip Uns*. Jurnal Univeraitas Sebelas Maret, Surakarta: *The Faculty of Education. March Surakarta University*. November 2016.

berfungsi sebagai pelindung tubuh tetapi juga berperan sebagai tanda yang berkaitan dengan sistem lainnya di masyarakat.

Komunikasi menggunakan fashion sebagai salah satu cara untuk menyampaikan pesan tanpa harus berucap dan menggunakan kata-kata atau kita sebut dengan komunikasi non-verbal

memberikan implikasi bagi pemakainya tentang bagaimana orang tersebut mengkomunikasikan nilai, status,

kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain.²⁴

Pakaian sebagai media komunikasi memiliki tiga fungsi, yakni penyampaian emosi, perilaku, dan perbedaan. *Pertama*, pakaian melambangkan dan mengkomunikasikan informasi tentang emosi komunikator.

Kedua, pakaian juga berpengaruh terhadap tingkah laku orang yang menanggapinya. *Ketiga*, pakaian

²⁴ Rosseline, Z. (2018). *Gaya Hidup Wanita Muslimah Modern* (Analisis Semiotika Roland Barthes Terkait Fashion Pada Busana dan Hijab Komunitas Solo Hijabers).

berfungsi untuk membedakan seseorang dengan orang lain atau kelompok satu dengan kelompok lain. Dari hal tersebut dapat ditarik pemahaman bahwa pakaian bukan hanya sekedar alat untuk melindungi ataupun merubah penampilan seseorang saja, tetapi pakaian merupakan sebuah media dalam mengekspresikan diri terhadap khalayak, hal tersebut termasuk kedalam sebuah proses komunikasi.

Proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain didalam komunikasi juga bisa melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain. Setiap penyampaian informasi terhadap penerima dengan tujuan untuk mempengaruhi tingkah laku pihak dari penerima. Komunikasi adalah penyampaian informasi atau adanya saling pengertian dari seseorang kepada orang lain.

Bagaimanapun komunikasi dipandang penting dalam kehidupan kita, baik sebagai individu maupun anggota masyarakat. Komunikasi sudah menjadi sebuah kebutuhan seperti halnya kebutuhan akan tempat tinggal dan makanan.

Kemudian komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial, melainkan dalam konteks atau antusias tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor diluar orang-orang yang

berkomunikasi, yang terdiri dari aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu, udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan. Aspek psikologis seperti: sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi.

Aspek sosialnya seperti : norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya. Adapun aspek waktu yakni : kapan

berkomunikasi (hari apa dan jam berapa).

Dilihat dari arti kata dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) media adalah sarana, sedangkan komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam berkirim dan menerima pesan media komunikasi merupakan media yang digunakan untuk memfasilitasi komunikasi yang sedang berlangsung.²⁵ Melalui

²⁵ Kbbi, *media adalah alat (sarana) komunikasi*, Akses 20 Maret 2024.

hadirnya media komunikasi, komunikasi bakal menjadi lebih menarik, tepat sasaran, dan mudah dimengerti oleh lawan komunikasi. Kegiatan komunikasi merupakan sebuah aktivitas rutin yang dilakukan oleh setiap orang maupun organisasi dan tidak luput dari aktivitas sebuah media.

Pengelompokkan jenis media komunikasi berdasarkan alat yang digunakan media komunikasi dibedakan menjadi tiga jenis :²⁶

²⁶ Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: CV Pustaka Setia, 14.

1. Media Komunikasi

Audio Media

komunikasi audio

adalah suatu alat bantu

komunikasi yang

memancarkan suara,

sehingga memudahkan

dalam mendapatkan

informasi melalui

saluran pendengaran.

Contohnya : televisi

dan radio.

2. Media Komunikasi

Visual Media

komunikasi visual merupakan alat bantu komunikasi yang memancarkan tulisan dan gambar, sehingga komunikasi dapat ditangkap melalui saluran penglihatan.

Contohnya : televisi dan video.

3. Media Komunikasi

Audio-Visual

Media

komunikasi audio-visual menjadi bagian alat bantu komunikasi yang memancarkan suara disertai tulisan dan gambar yang memungkinkan mendapatkan saluran yang ditangkap melalui pendengaran dan penglihatan.



Jenis media berdasarkan sasarannya terbagi menjadi dua bagian:²⁷

1. Media Komunikasi Umum

Media

komunikasi umum

adalah alat komunikasi

yang ditunjukkan oleh

sasaran tunggal,

kelompok, atau massa.

²⁷ Cess leuwis, 2004. *Jenis-jenis media Komunikasi berdasarkan sasarannya*, https://www.academia.edu/34148219/Teori_Media_Komunikasi.

Contoh : untuk sasaran tunggal, telpon dan telegram, sedangkan sasaran kelompok berupa brosur, *plakat*, spanduk, dan internet yang kegunaannya sama-sama dalam menyampaikan informasi.

2. Media Komunikasi

Massa

Media

komunikasi massa
digunakan khusus untuk

komunikasi massa seperti kelompok, sifat dari komunikasi massa adalah komunikasi satu arah berupa penyampaian pesan dari komunikator ke khalayak. Contoh : media cetak (surat kabar, majalah, dan tabloid) media audio (radio) media audio-visual (televisi, film, dan video).

Berdasarkan pemahaman di atas, maka media komunikasi merupakan alat atau sasaran penyampaian informasi berupa pesan yang didalam menyimpan makna kepada seseorang maupun kelompok, baik digunakan secara komunikasi verbal maupun komunikasi non-verbal, sesuai dengan fungsi dan jenis-jenis pengelompokkan dari sasaran media komunikasi, tujuannya sama-sama mempermudah proses penyampaian pesan, baik secara *face to face* dan tidak langsung. Adapun

Fungsi media komunikasi menurut

Barata :

a. Efektivitas, media komunikasi dapat mempermudah kelancaran dalam penyampaian informasi.

b. Efisien, dengan menggunakan media dapat mempercepat proses penyampaian informasi.

c. Konkrit, media komunikasi mampu membantu memperoleh isi pesan

dengan cepat dan bersifat abstrak.

- d. Motivasi, dengan menggunakan media komunikasi menjadikan seseorang lebih mudah dalam melakukan komunikasi.

C. Fashion

Menurut Alex Thio dalam bukunya *Sociologi*, “*Fashion is a great though brief enthusiasm among relatively large number of people for a particular innovation*”

jadi sebenarnya fashion bisa mencakup apa saja yang diikuti oleh banyak orang dan menjadi trend.²⁸ Fashion juga berkaitan dengan unsur *novelty* atau kebaruan, oleh karena itu fashion cenderung berumur pendek dan tidak bersifat kekal, karena cenderung bergerak dan selalu berubah setiap saat adalah busana, maka fashion sering dikaitkan dengan busana, padahal selama

²⁸ Alex Thio dalam bukunya *Sociologi*,
“*Fashion is a great though brief enthusiasm among
relatively large number of people*:15-16:2006.

ada sesuatu yang baru tentang suatu artefak yang melibatkan kesenangan banyak orang itu bisa dikatakan fashion.²⁹

Fashion mengacu pada sebuah kegiatan yang melakukan sesuatu bukan hanya sekedar benda. Fashion dapat dijadikan sebagai alat oleh seseorang untuk mempresentasikan dirinya dihadapan orang lain. Fashion kini tak hanya sekedar sebagai

²⁹ Tyaswara, Baruna. Dkk. 2017 *Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung*. Jurnal Komunikasi. Vol 8. No. 3.

pelindung atau penutup tubuh semata, melainkan suatu cara berkomunikasi atau penyampaian pesan dihadapan umum.³⁰

Sudah menjadi hal yang melekat dalam kehidupan manusia *image*, citra, dan penampilan seseorang menjadi suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sosial seseorang. Tidak jarang jika melihat seseorang yang berhubungan dengan sesamanya

³⁰ Stella, M., & Triputra, P. (2015). *Analisis Semiotik Fashion Ines Ariani Sebagai Bentuk Presentasi Diri Jurnal Komunikasi*, 7 (2), 165-179.

hal pertama yang dilihat adalah penampilan fisiknya, dan pakaian yang digunakan menjadi objek fisik yang paling kelihatan. Oleh karena itu, fashion yang awalnya digunakan hanya untuk pelindung tubuh kini juga digunakan untuk menunjukkan aspek lain terkait karakter, status, sikap, dan nilai-nilai dari diri seseorang.³¹

Pakaian kini digunakan sebagai alat komunikasi non-

³¹ Wiana. W., & Indonesia, U. P. (2018). *Fashion as a language of non verbal communication*. (February).

verbal oleh seseorang untuk menunjukkan pekerjaannya, status sosial, bahkan kekayaan yang dimiliki. Fashion saat ini menjadi media untuk kebebasan berekspresi. Tak hanya pakaian saja, fashion juga meliputi aksesoris, tata rambut, perhiasan, tas, sepatu, bahkan *make up*. Cara seseorang berpakaian ataupun merias dirinya dengan segala item yang dapat digunakan akan sangat berhubungan dengan bagaimana ia menghargai dirinya sendiri dan

mencoba membuat nyaman dirinya ketika berpenampilan. Hal yang membuat *trend* fashion begitu populer saat ini adalah pakaian yang *modis*, aksesoris mahal, dan barang *mode* lainnya begitu mudah untuk dilihat walau hanya sekilas. Dengan tas, sepatu, perhiasan, gaya rambut, seseorang dapat menunjukkan identitasnya dihadapan orang lain.³² Melihat contoh diatas, dapat diketahui

³² Rizkina Taufik, R., Suhadi, M., Danyati, R., & Bahasa Asing BSI Jakarta, A. (2007). *Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung*, *Jurnal Komunikasi*, 3 (September), 2579-3292.

bahwa fashion tak hanya sekedar penutup tubuh tapi juga sebagai alat untuk menunjukkan identitas diri seseorang. Mulai dari karakter dirinya, suku, status, maupun kedudukannya dalam lingkungan sosial dirinya.³³

Sebenarnya dalam dunia fashion ada banyak gaya berpakaian. Setiap gaya memiliki ciri khas dan karakteristik tertentu yang memungkinkan individu

³³ Trisnawati, T. Y. (2016) *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*. *Jurnal The Messenger*, 3 (2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>.

untuk mengekspresikan diri melalui fashion.³⁴

D. Mahasiswa³⁵

Mahasiswa adalah sekumpulan manusia intelektual yang akan bermetamorfosa menjadi penerus tombak estafet pembangunan di setiap negara, dengan intelegensinya diharapkan bisa mendobrak pilar-pilar kehampaan suatu negara dalam mencari

³⁴ Voila, Macam-macam style fashion, 2023. [https://edit.voila.id/Tren Fashion 2023 yang Wajib Dimiliki Untuk Tampil Stylish dan Modis \(voila.id\)](https://edit.voila.id/Tren Fashion 2023 yang Wajib Dimiliki Untuk Tampil Stylish dan Modis (voila.id)), Akses 12 september 2023.

³⁵ Kamus Bahasa Indonesia Online, kbbi.web.id.

kesempurnaan kehidupan berbangsa dan bernegara, serta secara moral akan dituntut tanggung jawab akademisnya dalam menghasilkan sebuah karya yang berguna bagi kehidupan lingkungan.

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah

tinggi, institut, dan universitas.³⁶

Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di perguruan tinggi.

Dampak perkembangan fashion tersebut tentu saja membuat mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo mau tidak mau mengikuti trend yang ada. Bahkan

³⁶ Hartaji, Damar A. 2012. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.

tidak hanya sekedar mengikuti tetapi sudah menjadi sebuah menjadi suatu kebutuhan bagi mahasiswa modern saat ini untuk tampil *trendy* dan *stylish*.³⁷ Dengan perkembangan media baik cetak, elektronik hingga internet yang berperan sebagai pemberi informasi kepada masyarakat turut mempengaruhi masyarakat dan mahasiswa dalam mengikuti *trend*, selain dari faktor permintaan

³⁷ Trisnawati, T. Y. (2011). *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*. Jurnal The Messenger, Vol. 3, No. 1.

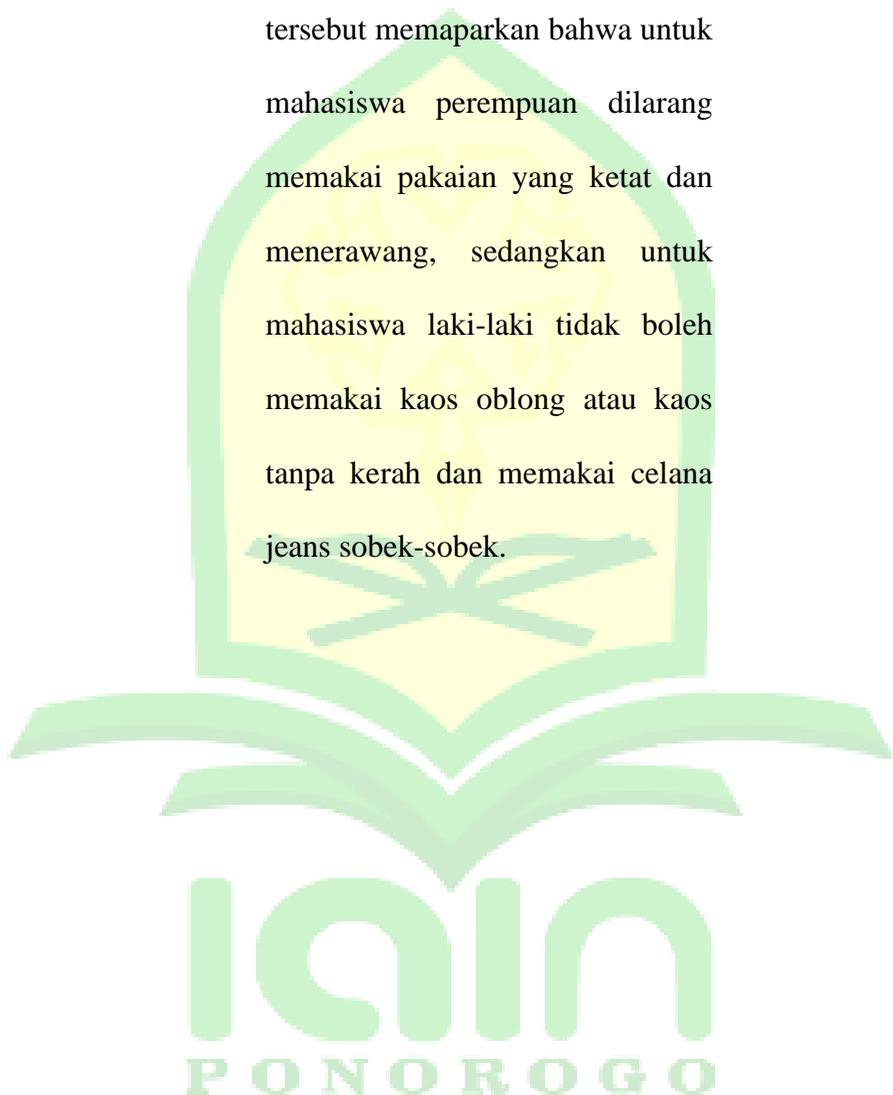
masyarakat yang telah menjadikan fashion sebagai suatu kebutuhan.

Pakaian atau busana yang sudah ditetapkan oleh kampus sesuai dengan peraturan yang digunakan oleh mahasiswa saat mereka melaksanakan perkuliahan berlangsung adalah fashion yang sesuai dengan peraturan kampus yang bersangkutan. Berdasarkan pemaparan diatas, pada program

Institut sendiri pasti memiliki kode etik berpakaian bagi mahasiswa, diantara kode etik berpakaian

IAIN
PONOROGO

tersebut memaparkan bahwa untuk mahasiswa perempuan dilarang memakai pakaian yang ketat dan menerawang, sedangkan untuk mahasiswa laki-laki tidak boleh memakai kaos oblong atau kaos tanpa kerah dan memakai celana jeans sobek-sobek.



BAB III
DATA UMUM DAN DATA
KHUSUS

A. Data Umum

**1. Sejarah Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Ponorogo³⁸**

Keberadaan IAIN Ponorogo tidak terlepas dari Akademi Syari'ah Abdul Wahhab (ASA) sebagai embrionya yang didirikan pada tanggal 1 Februari 1968 atas ide KH. Syamsuddin dan KH.

³⁸ *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*
[Sejarah Singkat Institut Agama Islam Negeri](http://iaainponorogo.ac.id)
[Ponorogo \(iaainponorogo.ac.id\).](http://iaainponorogo.ac.id)

Chozin Dawoedy. Akademi ini kemudian dinegerikan pada tanggal 12 Mei 1970 menjadi Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel yang dipimpin oleh R. M. H. Aboe Amar Syamsuddin dengan menyelenggarakan Program Sarjana Muda. Selanjutnya tumbuh dan berkembang mulai tahun 1985 atau 1986 dengan menyelenggarakan program Sarjana Lengkap (S-1) dengan membuka Jurusan Qodlo' dan Muamalah Jinayah.

Berdasarkan tuntutan perkembangan dan organisasi Perguruan Tinggi, maka dikeluarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Sejak saat itulah semua fakultas di lingkungan IAIN yang berlokasi di luar induk, berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan tidak lagi menjadi bagian dari IAIN Sunan Ampel Surabaya. STAIN

IAIN
PONOROGO

bersifat otonom dan merupakan unit organik tersendiri di lingkungan Departemen Agama (saat ini: Kementerian Agama) yang dipimpin oleh Ketua yang bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Pembinaan STAIN secara fungsional dilakukan oleh Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama.

Peresmian alih status tersebut ditandai dengan upacara yang diadakan oleh Menteri Agama RI

IAIN
PONOROGO

di Jakarta. Setelah upacara peresmian, secara otomatis terjadi pemisahan dan peralihan prinsip antara Rektor IAIN dengan Ketua STAN masing-masing. Mulai tahun akademik 1997-1998 semua urusan administrasi, pendidikan, ketenagaan, dan keuangan STAIN sepenuhnya dikelola otonom oleh masing-masing STAIN. STAIN Ponorogo merupakan salah satu dari Fakultas daerah, yaitu Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo, yang

dialihstatuskan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. STAIN Ponorogo yang berdiri sejak tanggal 21 Maret 1997 M, bertepatan dengan tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H. Dengan perubahan status tersebut, maka STAIN Ponorogo dapat membuka tiga Jurusan yaitu Jurusan Syari'ah, Jurusan Tarbiyah, dan Jurusan Ushuluddin. Keberadaan STAIN Ponorogo berakhir pada tahun 2016 seiring dengan alih status menjadi IAIN Ponorogo.

IAIN
PONOROGO

Selama berdiri kurang lebih 19 tahun, telah terjadi empat kali pergantian Ketua STAIN Ponorogo.

Pada tahun 2016 ini, berdasarkan Perpres 75 tahun 2016, STAIN Ponorogo resmi menjadi IAIN Ponorogo. Tujuan alih status ini adalah perguruan tinggi tidak hanya menyelenggarakan pendidikan profesional dan akademik dalam lingkup satu disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau

IAIN
PONOROGO

kesenian tertentu, tetapi lebih luas lagi adalah dapat menyelenggarakan pendidikan profesional dan akademik dalam sekelompok disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian sejenis.

Selain peningkatan secara kuantitas, keberadaan program studi di lingkungan IAIN Ponorogo juga mengalami peningkatan kualitas. Pada tahun 2015, telah dilaksanakan akreditasi pada program studi baru yang telah

IAIN
PONOROGO

berusia dua tahun dan juga reakreditasi bagi program studi lama. Hasilnya, lima program studi baru berhasil terakreditasi B dan lima program studi lama terakreditasi B. Selanjutnya, pada tahun 2016, institusi semula bernama STAIN Ponorogo telah mendapatkan akreditasi B dari BAN-PT sesuai SK Nomor: 1146/SK/BAN-PT/Akred/PT/VII/2016.

Berhubung terjadi alih status dari STAIN Ponorogo menjadi IAIN

IAIN
PONOROGO

Ponorogo, maka BAN-PT melakukan surveilen. Hasilnya, institusi IAIN Ponorogo kembali dinyatakan terakreditasi dengan predikat B.

2. Sejarah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)³⁹

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo sudah berdiri atas ijin penyelenggaraan jurusan sesuai dengan Keputusan Direktur

³⁹ *Pedoman Penyelenggaraan pendidikan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah* : 2018/2019.

Jendral Pendidikan Islam Nomor
1191 Tahun 2012 yang telah
tertanggal pada 13 Agustus 2012.

Dengan akreditasi jurusan
Terakreditasi Ban-Pt Dengan
Peringkat Nilai (B) Sejak 16
Agustus 2014 sampai 15 Agustus
2019 Berdasarkan Keputusan
Badan Akreditasi Nasional
Perguruan Tinggi Nomor :
280/SK/BAN-

PT/Akred/S/VIII/2014. Adapun

visi Jurusan Komunikasi

Penyiaran Islam adalah Islami,

IAIN
PONOROGO

unggul dan kompetitif dalam bidang komunikasi dan penyiaran islam di Jawa Timur pada tahun 2019. Dalam mewujudkan visinya, mempunyai misi yaitu :

1. Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran yang islami, unggul, dan kompetitif bidang komunikasi dan penyiaran islam.

2. Melaksanakan penelitian yang islami, unggul, dan kompetitif bidang

komunikasi dan penyiaran
islam.

3. Melaksanakan pengabdian
masyarakat bidang
komunikasi dan penyiaran
islam yang islami, unggul,
dan kompetitif.

4. Melaksanakan kerja sama
yang islami, unggul, dan
kompetitif bidang
komunikasi dan penyiaran
islam.

5. Melaksanakan kerja sama di bidang komunikasi dan penyiaran islam.

B. Data Khusus

1. Model Fashion yang dipakai Mahasiswa

Fashion dan gaya berpakaian berfungsi untuk mendeskripsikan diri melalui pembentukan citra diri seseorang di depan publik secara khusus. Hal tersebut biasanya digambarkan melalui sebuah gaya berpakaian. Gaya fashion tersebut sering kali

digunakan oleh seseorang terutama kalangan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo dengan cara berpakaian sesuai dengan *trend* remaja masa kini.

Mahasiswi jaman sekarang tampil modis baik dalam kehidupan sehari-hari (di luar kampus) maupun dalam kehidupan akademik di kampus, para Mahasiswi ini telah menjadi konsumen yang matang, dalam

artian mereka mampu memutuskan dalam memilih produk fashion yang cocok tanpa adanya pertimbangan dengan orang tua masing-masing.

Fashion yang dikenakan pun juga menyimbolkan sebuah gaya, tingkah laku, busana, dengan hal tersebut barang yang diciptakan selama proses produksi berupa pakaian, celana, tas, sepatu dan aksesoris lainnya dapat terlihat

elegan serta mencerminkan identitas dirinya.⁴⁰

“Pada dasarnya dengan trend pakaian atau gaya fashion remaja masa kini mahasiswa dapat lebih elegan guna membentuk citra diri di depan public, sehingga mereka merasa percaya diri atas penampilannya.”⁴¹

Berikut macam-macam fashion yang digunakan mahasiswa di IAIN Ponorogo:

⁴⁰ 06/O/05/10/2023.

⁴¹ 01/W/W/05-10/2023.

1. Model Fashion Retro



Gambar 1.1 Style Retro

Mahasiswa Kpi Iain Ponorogo⁴²

Model retro

merupakan sebuah

gaya yang terbentuk

⁴² 06/O/15/10/2023.

dengan cara mengikuti *trend* masa lalu pada era tahun 90-an dan pada saat ini *trend* retro kembali populer dan eksistensinya banyak diminati dengan alasan model fashion retro ini memiliki banyak model pakaian yang dapat digunakan pada masa sekarang.

Dikalangan mahasiswa saat ini

masih banyak yang mengenakan fashion dengan model *trend* retro, bukan tanpa alasan sebab *trend* ini sangat pas dan cocok digunakan pada kalangan mahasiswa dari tahun ke tahun.

“Khususnya saya sendiri lebih menyukai gaya berfashion dengan style retro dengan memakai Outfit Of The Day (OOTD) sehingga saya

*merasa elegan
dan nyaman.*⁴³

2. Model Fashion Oversize



Gambar 1.2 Style Oversize

Mahasiswa Kpi Iain Ponorogo⁴⁴

Model oversize

merupakan gaya

⁴³ 01/W/W/05-10/2023.

⁴⁴ 06/O/15/10/2023.

pakaian yang memiliki ukuran lebih dari tubuhnya menjadi salah satu fashion yang *timelees* (tidak terkekang oleh waktu). Mahasiswa cenderung ingin mengekspresikan dirinya agar terlihat *fashionable* untuk menunjukkan jati dirinya. Tidak bisa dipungkiri bahwa jika diperhatikan lagi gaya

fashion pada era 90-an
terkesan unik dan
terkesan mahal.

*“Dalam gaya
oversize ini
biasanya
mahasiswa
menggunakan
pakaian yang
fashionable
dengan menutup
seluruh lekukan
tubuh, sehingga
mereka terkesan
memakai outfit
yang lebih besar
dari ukuran
tubuhnya.”⁴⁵*

IAIN
PONOROGO

⁴⁵ 02/W/M/05-10/2023.

3. Model Fashion Islami



Gambar 1.3 Style Islami

Mahasiswa Kpi Iain Ponorogo⁴⁶

Fashion muslim

telah mengalami

transformasi signifikan

selama beberapa dekade

Iain
PONOROGO

⁴⁶ 06/O/15/10/2023.

terakhir. Di tengah masyarakat yang semakin beragam dan inklusif, menyajikan berbagai pilihan gaya yang mencerminkan keindahan, kreativitas, dan kesederhanaan. Mode muslim saat ini tidak hanya memberikan pilihan berpakaian yang sesuai dengan nilai-nilai agama, tetapi juga menampilkan tren-tren fashion terkini

yang mengikuti perkembangan dunia mode global.

“Fashion muslim mendasarkan dirinya pada prinsip-prinsip moral dan etika Islam, mencerminkan kehormatan dan kepatuhan terhadap ajaran agama. Salah satu aspek kunci dalam pakaian muslim adalah menutup aurat dengan busana yang longgar dan sopan.”⁴⁷

⁴⁷ 02/W/M/06-10/2023.

Wanita muslimah sering memilih hijab, yaitu penutup kepala, sebagai bagian dari pakaian mereka. Namun, penggunaan hijab kini menjadi lebih beragam dengan berbagai gaya dan desain yang berbeda, mencerminkan beragamnya identitas budaya dan sosial.

4. Model Fashion Mamba



Gambar 1.4 Style Mamba
Mahasiswa Kpi Iain Ponorogo⁴⁸

Fashion mamba
juga menjadi pilihan
para responden yang
suka memakai outfit

⁴⁸ 06/O/15/10/2023.

yang simple dan tidak terlalu banyak hiasan atau potongan yang rumit. Model fashion mamba dapat menghasilkan kesan yang serius, misterius, dan *bold*, dengan memadukan item yang tepat sehingga menghasilkan kesan elegan dan juga berkelas.

5. Model Fashion *Chic Style*



Gambar 1.5 *chic style*⁴⁹

Selain kasual, gaya berpakaian lain yang dapat diadopsi adalah *chic style* dengan ciri khas elegan, modis, dan rapi. Gaya *chic* seringkali mengutamakan

⁴⁹ Sumber : www.hijup.com.

potongan pakaian yang bersih dan sederhana, dengan penekanan pada warna-warna netral seperti hitam, putih, dan abu-abu. *Chic style* menawarkan alternatif yang sempurna untuk mereka yang ingin terlihat profesional dan tampil modis dalam situasi formal atau semi-formal.

“Melalui fashion atau pakaian yang digunakan, setiap orang ingin menampilkan

IAIN
PONOROGO

dan menginginkan penggambaran suatu identitas dirinya dari orang lain, Identitas disini merupakan ciri khas seseorang yang diperoleh lewat gaya berpakaian yang melekat pada dirinya.⁵⁰

2. Pesan yang terbentuk dalam

Fashion

Fashion adalah alat atau media

komunikasi non-verbal yang dapat

dilihat dari cara berpakaian.

Fashion yang dikenakan

⁵⁰ 03/W/N/05-10/2023.



mencerminkan tentang siapa dirinya. Setiap orang dalam mengenakan fashion memiliki sesuatu yang ingin ditampilkan dari identitas dirinya dihadapan orang lain secara tidak langsung untuk mengkomunikasikan bagaimana citra dirinya melalui pemilihan barang-barang dengan cara menunjukkan selera dari sebuah kelompok tertentu yang mana salah satunya berbentuk pakaian.⁵¹

⁵¹ 04/O/15-11/2023.

Dalam sebuah fashion, terdapat nilai-nilai yang ingin dikomunikasikan atau dipromosikan melalui apa yang ingin ditampilkan. Fashion menjadi simbol atau pemberi pesan dari sebuah penampilan. Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui fashion dan penataan berbagai artefak seperti busana, gaya, dandanan, perhiasan, kancing baju, dan aksesoris lain. Fashion menjadi

salah satu media komunikasi non-verbal karena tidak disampaikan secara langsung maupun tertulis. Umumnya, saat bertemu dengan orang lain hal pertama yang dilihat adalah penampilan orang tersebut, sehingga pakaian menjadi bagian yang paling terlihat ketika berinteraksi dengan orang lain.

Fashion dapat mengkomunikasikan karakter atau identitas seseorang, seperti halnya yang terjadi di lingkungan kampus Institut Agama Islam Negeri

lain
PONOROGO

(IAIN) Ponorogo pada saat kuliah berlangsung.⁵² Fashion sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi bagi penggunaan fashion dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan status, kepribadian nilai, identitas, dan perasaan kepada orang lain. Tidak dapat dipungkiri bahwa fashion mungkin digunakan untuk meneguhkan, merefleksikan,

⁵² 06/O/15-11/2023.

menyembunyikan, atau membangun suasana hati. Media mempunyai peran yang besar mengkonstruksikan mengenai bagaimana khalayak dapat tampil cantik dan tampan, memikat masa kini dan bercerita sukses.

“Kalau dikaitkan dengan komunikasi, busana yang dikenakan itu sudah dapat melambangkan seseorang berkomunikasi. Seperti contohnya busana menyimbolkan suasana hati kita lagi sedih, dengan pakai busana yang gelap, walaupun orang itu tidak menginformasikan suasana hatinya, namun komunikasi itu sudah dapat kita ketahui lewat

*fashion yang dia gunakan.*⁵³

Hal ini sesuai dengan konsep bahwa fashion merupakan media komunikasi non-verbal dalam menunjukkan identitas diri. Dengan hasil informan dikenal dan diketahui identitas dan kepribadian oleh orang lain disekitarnya membuktikan bahwa fashion mampu melakukan komunikasi meskipun tidak secara verbal.

“Yang pasti dengan seseorang berfashion, dapat menggambarkan

⁵³ 04/W/V/07-11/2023.

*suatu kepribadian
mereka,*⁵⁴

3. Wujud Komunikasi Artifaktual Fashion

Komunikasi artifaktual yaitu segala macam bentuk penampilan seseorang yang dapat menunjukkan pesan sebagai pembentuk identitas sosial seseorang sehingga menimbulkan reaksi baik itu positif ataupun

⁵⁴ 04/W/V/07-11/2023.

negatif bagi si penerima pesan.

Identitas sosial yaitu dalam upaya untuk menjelaskan prasangka, diskriminasi, konflik antar kelompok dan perubahan sosial.⁵⁵

Pakaian sebagai tanda yang mewakili hal-hal seperti kepribadian, status sosial, dan karakter keseluruhan si pemakai.

Pada efeknya, nukilan di atas dirancang untuk menegaskan pada anda bahwa pakaian membentuk diri seseorang. Pakaian lebih dari

⁵⁵ Sarlito Sarwono, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Salemba, 2012), 90.

sekedar penutup badan demi perlindungan. Pakaian merupakan sistem tanda yang saling terkait dengan sistem-sistem lainnya dalam masyarakat, dan melaluinya kita dapat mengirimkan pesan-tentang sikap kita, status sosial kita, kepercayaan politik kita, dan seterusnya.⁵⁶

Berkaitan dengan pemahaman artifaktual terbentuklah sebuah

⁵⁶ Ibrahim Idi Subandy Budaya Populer Sebagai Komunikasi, (Yogyakarta :Jalasutra, 2007), 242.

simbol dari gaya fashion mahasiswa tersebut meliputi :

1. Ekspresi

Individualistik

Berdasar dari mahasiswa yang mengenakan pakaian dengan motif untuk mengekspresikan keunikan dirinya.

Setiap mahasiswa tentu mempunyai keunikan

masing-masing,
sehingga mereka
menggunakan fashion
sebagai komunikasi
ekspresi diri individual
mereka.⁵⁷

“Saya menggunakan fashion, orang lain akan lebih senang melihatnya dan pemakainya (informan sendiri) merasa lebih percaya diri. Ini merupakan bentuk kesenangan

⁵⁷ 06/O/17/10/2023.

estetis yang timbul melalui apresiasi dari orang lain.”⁵⁸

2. Daya Tarik, motivasi

mengenakan pakaian

dijelaskan dalam hal ini

adalah daya tarik,

dalam pandangan

Barnard fungsi pakaian

adalah untuk menarik

perhatian pada tubuh.

“Fashion digunakan mahasiswa salah satunya untuk menarik

⁵⁸ 03/W/N/05-10/2023.

perhatian orang lain.”⁵⁹

Status Sosial, dalam kehidupan manusia tidak jauh dari bayang-bayang peningkatan status sosial yang dimiliki.

“Biasanya itu, Orang kerap membuat penilaian terhadap nilai sosial atau status orang lain berdasar apa yang dipakai orang tersebut.”⁶⁰

⁵⁹ 05/W/H/05-10/2023.

⁶⁰ 05/W/H/05-10/2023.



BAB IV

**ANALISIS DATA FASHION SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL
PADA MAHASISWA KOMUNIKASI
DAN PENYIARAN ISLAM ANGKATAN
2021 INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI PONOROGO**

**1. Model Fashion yang dipakai
Mahasiswa**

Berbagai macam *outfit* yang biasa dikenakan oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo dilingkungan kampus seperti kemeja, outer, blazer, midi dress, rok, jubah, celana kulot, dan masih banyak lagi. Untuk

pemakaiannya tergantung pada diri seseorang itu sendiri, karena ada yang menggunakan dengan cara yang berbeda-beda serta model yang berbeda juga, karena tidak semua mahasiswa mengenakan pakaian itu sama.

Dari ribuan mahasiswa yang belajar di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pastinya memiliki gaya tersendiri, gaya berpakaian mahasiswa merupakan bawaan dari diri manusia itu sendiri, tetapi ada juga sebagian besar

mahasiswa mengikuti *trend* terkini ataupun ikut-ikutan dengan temannya karena takut dikira jadul apabila tidak mengikuti *trend* sesuai dengan zamannya.⁶¹

*“terdapat banyak sekali macam-macam gaya fashion mahasiswa sekarang, hal itu biasanya mereka dipengaruhi oleh keadaan trend serta kebanyakan dari mereka biasanya ikut-ikutan teman dan lingkungannya.”*⁶²

Di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo banyak sekali yang mengatakan bahwa setiap fakultas maupun prodi memiliki fashion

⁶¹ 06/O/15-11/2023.

⁶² 04/W/V/15/12/2023.

tersendiri dengan *stylish* yang bermacam-macam. *Stylish* ini lebih cenderung kepada cara berpakaian perempuan karena seperti yang kita ketahui bahwa model-model yang dipergunakan oleh perempuan sangatlah bermacam-macam mulai dari model hijab, dress, rok, celana, dan masih banyak lagi.

Pada era modern saat ini sangat banyak sekali fashion-fashion yang sangat diminati oleh kalangan mahasiswa dari berbagai jenis. *Trend* tersebut tidak boleh melupakan kita

terhadap aturan cara berpakaian seorang wanita yang baik dan benar. Seorang mahasiswa diperbolehkan untuk menggunakan fashion apa saja asalkan menutup aurat, boleh mengikuti *trend* sesuai dengan zaman tetapi dianjurkan untuk tetap sesuai dengan ajaran islam.

Seorang mahasiswa yang mengenakan pakaian terbuka atau menonjolkan aurat tidak diperbolehkan dalam aturan agama islam sebagaimana yang telah disebutkan dalam Al-Qur'an. Mungkin

banyak sekali mahasiswa yang terkadang malu menggunakan pakaian-pakaian yang longgar sejenis gamis atau jubah karena takut dibilang katrok dan sok suci. terkadang kebanyakan gengsi atau takut dianggap tidak mengikuti *trend*.

“Kampus Iain Ponorogo merupakan kampus yang berbasis islam, jadi pada intinya kita sebagai mahasiswa juga harus dapat memahami sebuah aturan yang diberlakukan, seperti halnya pakaian yang dikenakan harus menutup aurat juga.”⁶³

Dress muslimah atau gamis bukanlah hal yang biasa-biasa saja,

⁶³ 05/W/H/17/10/2023.

banyak sekali model dress muslimah yang dipakai oleh selebgram muslimah yang menutup aurat sehingga gamis atau jubah tidaklah dianggap norak atau lain sebagainya. Janganlah seseorang malu untuk berbuat baik, sedangkan apabila kalian berbuat kejahatan dengan senangya mengumbar-umbarkan. Dijelaskan bahwasannya islam itu mudah dan mempermudah, mulai dari berpenampilan tidak harus mewah asalkan sopan dan sesuai dengan ajaran islam yang telah dijelaskan

dalam Al-Qur'an juga bahwa pakaian yang semestinya dipakai itu adalah yang bersih, menutup aurat, sopan dan sesuai dengan akhlak yang dimiliki oleh seorang muslim.

Sebagai seorang mahasiswa jangan khawatir dengan cara mengikuti *trend*, sebab mengikuti *trend* juga bisa dilakukan dengan cara yang baik sesuai dengan ajaran agama dan juga tanpa membebani kedua orang tua, yang harus kalian lakukan adalah tetap semangat belajar karena ilmu yang kita dapatkan akan membawa

kita untuk kehidupan yang lebih baik yang nantinya bisa membawa kita untuk mengikuti perkembangan zaman dengan cara-cara yang telah dijelaskan dalam ajaran islam.

2. Pesan Fashion dalam Membentuk Identitas Sosial Mahasiswa

Fashion dan busana memiliki beberapa kekuatan yang langsung untuk diketahui umum. Berdasarkan pengalaman sehari-hari busana dipilih sesuai dengan apa yang akan dilakukan seseorang pada saat itu, bagaimana suasana hatinya, siapa yang

akan ditemui dan seterusnya, kesemuanya menegaskan pandangan bahwa fashion dan busana dipergunakan untuk mengirim pesan tentang diri seseorang pada orang lain. Fashion dan busana seringkali juga digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau status seseorang, di mana orang seringkali membuat penilaian terhadap nilai sosial atau status orang lain berdasarkan apa yang dipakai orang tersebut.

Pemajaran yang terurai di atas untuk konteks kampus menjadi ruang

sosial multi-identitas dalam pandangan modernitas, di mana pergulatan dan perebutan makna terjadi untuk merebut dominasi atas busana. Gambaran ini dapat kita lihat dari penggunaan busana tiap kelompok hirarkis maupun kelompok ideologis dalam institusi semacam kampus. Untuk konteks kelompok hirarkis, perbedaan fashion dapat didikotomikan antara birokrasi kampus, dosen, asisten dosen, pegawai administratif, pegawai suruhan, hingga mahasiswa. yakni antara yang

moderat, konservatif, liberal, ataupun yang *trendy*. Kesemuanya secara langsung maupun tidak langsung menegaskan identitas. Posisi inilah yang kadang membuat suatu posisi ironi, dilematis, dan memaksa penggunaan topeng busana bagi hirarki paling bawah.

Kompleksnya dinamika pemikiran dalam kampus dan regulasi berbelit menimbulkan satu perspektif yang cukup riskan dalam menempatkan busana sebagai identitas. Sebagian orang memandang

bahwa busana adalah cerminan identitas, sebagian lagi memandang busana sebagai penutup tubuh semata sehingga tak perlu “penyeragaman” dalam penggunaan busana di ruang akademik. Perspektif yang pertama umumnya ditegaskan dalam regulasi aturan “moral” kolektif sebagai masyarakat “ilmiah”, berujung pada pandangan tentang kriteria kerapian sebagai identitas intelektual. Baju kemeja, celana panjang (apalagi kain), rambut pendek bagi laki-laki, berjilbab (bagi muslimah), bersepatu (apalagi

polos atau kulit) merupakan citra personal bervisi ke depan dan memenuhi kriteria seorang intelektual. Lain halnya dengan yang awut-awutan, kaos oblong, *jeans*, sandal jepit, dan rambut gondrong dicitrakan sebagai mahasiswa nakal dan tak memenuhi kriteria sebagai seorang intelektual. Tanpa memenuhi kriteria itu atau dengan kata lain menolak regulasi tersebut juga berarti bersiap untuk disubordinasikan dan ditolak secara moril maupun institusional.

Aturan akademik, perburuan citra, hingga pilihan busana mau tidak mau saling membentuk suatu identitas busana baru berbagai motif *mode*. Umumnya yang dapat diikuti adalah fashion yang sementara *trend* dan pakaian kriteria intelektual simbolik kampus. Pilihan ini juga menjadi efektif bagi penikmat gaya hidup hedon untuk tetap mengikuti aturan seraya mempertahankan eksistensinya.

Bahkan terdapat juga aktivis yang begitu suka melekatkan slogan yang berbau perlawanan lewat tekstur

fashion di pakaiannya sebagai pencitraan untuk mewakili spirit tokoh atau slogan motif gambar tertentu dari pakaian yang digunakan. Secara sederhana, kampus adalah pasar tempat perebutan identitas citra dan ruang perebutan dominasi antar *mode*.

Proses saling mempengaruhi ini merupakan fenomena yang bersifat universal, dengan hal tersebut melalui fashion memiliki sebuah pesan tersendiri untuk menunjukkan suatu jati diri para mahasiswa yang ada

diantaranya fashion memiliki konsep pesan sebagai berikut :

- a. Fashion Sebagai Pesan Untuk Mengungkapkan Emosi Pakaian

melambangkan dan mengkomunikasikan

informasi tentang emosi komunikator. Hal ini dapat

dilihat dengan adanya istilah-istilah *Glad Rags*

(pakaian ceria), *Widow's Weed* (pakaian berkabung),

dan *Sunday Clothes* (pakaian hari minggu atau baju santai) bila dilihat lebih luas pakaian juga dipakai untuk membangkitkan emosi massa dalam patriotisme dan nasionalisme, Emosi memiliki makna emosi menandakan sesuatu. Dan dengan itu kita tidak hanya ingin mengatakan bahwa emosi menampilkan dirinya sebagai sebuah sifat

(*quality*) murni di dalamnya telah terbentuk suatu hubungan pasti dari keadaan psikis kita dengan dunia, dan hubungan ini, atau lebih tepatnya kesadaran kita terhadapnya, bukan merupakan hubungan kacau balau antara ego dan semesta. Emosi adalah struktur yang bisa dijelaskan dan terorganisir. Tak bisa disangkal bahwa

fashion dan pakaian mungkin digunakan untuk merefleksikan, meneguhkan, menyembunyikan atau membangun suasana hati. Warna cerah atau kontras bisa saja merefleksikan hati yang gembira setidaknya bagian-bagian tertentu dari barat.

b. Fashion Sebagai Pesan

Identitas Tingkah Laku

Pakaian juga berpengaruh pada tingkah laku pemakainya sebagaimana tingkah laku orang yang menanggapinya. Model pakaian Ogut dan Jojon bisa ditafsirkan bahwa orang yang memakainya adalah orang pintar dan bodoh. Di tempat bilyard dan toko penjual minuman beralkohol tertulis anak sekolah berseragam tidak

diperbolehkan karena seragam sekolah berkaitan dengan perilaku seorang murid yang baik.

Pakaian dan fashion pun digunakan untuk menunjukkan atau mendefinisikan peran sosial yang dimiliki seseorang. Pakaian dan fashion itu diambil sebagai tanda bagi orang tertentu yang menjalankan peran tertentu sehingga

diharapkan berperilaku dalam cara tertentu. Sudah dikemukakan bahwa pakaian yang berbeda memungkinkan adanya interaksi sosial yang berlangsung mulus dari pada sebaliknya.

c. Fashion Sebagai Pesan
Differensiasi

Pakaian membedakan seseorang dengan orang lain atau kelompok satu dengan kelompok lain.

Berasal dari pakaian kita dapat membedakan bahwa fashion dan pakaian secara simbolis mengikat satu komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang akan dikenakan merupakan ikatan sosial itu sendiri yang pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial lainnya. Fashion dan pakaian adalah cara yang

digunakan individu untuk membedakan dirinya sebagai individu dan menyatakan beberapa bentuk keunikannya.

3. Wujud Komunikasi Artifaktual yang terbentuk melalui Fashion

Fashion atau penampilan bagi sebagian mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo sekarang ini merupakan ekspresi diri dan wujud citra diri yang terlihat dari luar. Penampilan menjadi

IAIN
P O N O R O G O

semakin penting dari waktu ke waktu dengan ragam perubahan serta wujud penyesuaian dari fashion sebagai media komunikasi yang dapat menyampaikan pesan dan makna dengan tujuan tertentu.⁶⁴ Penampilan fisik atau fashion sebagai simbol dan objek sosial yang memberikan interpretasi makna dalam pesan non-verbal artifaktual kepada orang lain.

Segala hal yang berkaitan dengan penampilan dalam realitas kehidupan sosial yang terlihat dari perubahan

⁶⁴ 06/O/05-11/2023.

penampilan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo yang dapat menciptakan pengaruh respon baik secara sosial maupun budaya yang berkembang, meliputi :⁶⁵

1. Bentuk Citra Diri

Citra diri yang mendeskripsikan penampilan secara keseluruhan merupakan hal yang sangat krusial

⁶⁵ 06/O/06-11/2023.

mengingat bagaimana seseorang melihat dan menilai dirinya sesuai dengan gambaran yang telah diinterpretasikannya melalui interaksi sosial dengan kelompok tertentu yang menjadi *role model* dan hal ini merupakan faktor utama bagi seorang individu terutama bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut

Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Citra diri adalah gambaran seseorang tentang dirinya sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri selalu dikaitkan dengan karakteristik fisik yang mencakup penampilan seseorang secara umum, misalnya cara berpakaian, gaya rambut, dan dandanan.⁶⁶

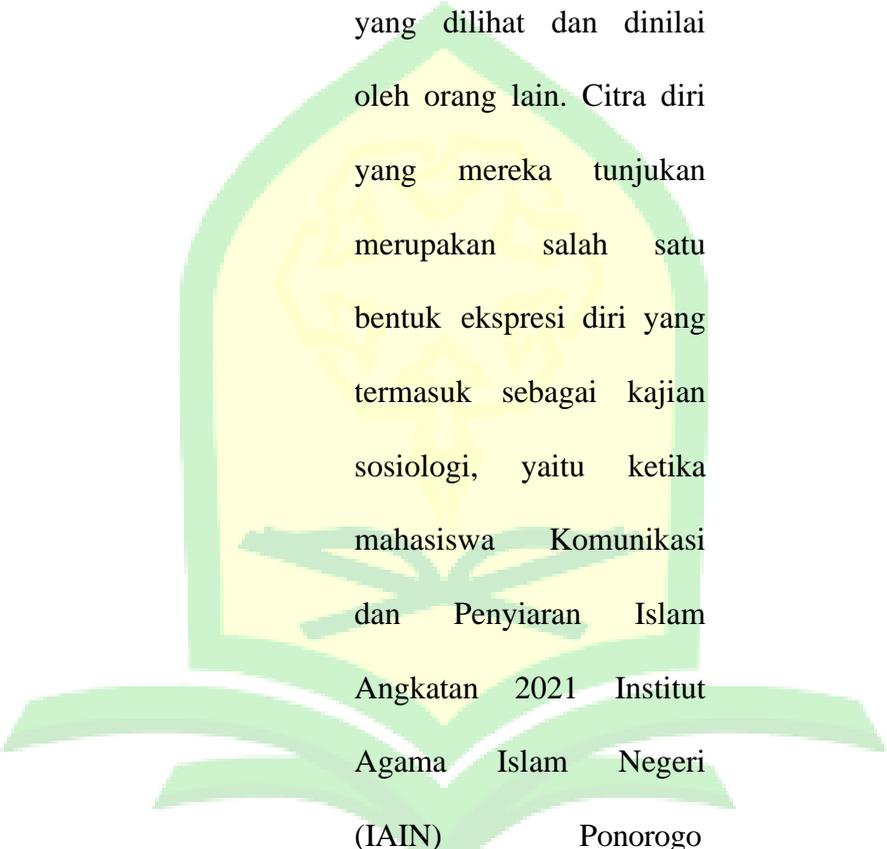
⁶⁶ 06/O/06-11/2023.

Meskipun penampilan kelima informan yang merupakan perempuan hampir sama, namun mereka memiliki pesan yang berbeda-beda yang mau menunjukkan eksistensi dirinya di lingkungan kampus.

Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka mahasiswa *adaptif*, dinamis, dan mempunyai konsep *trend*

berpenampilan yang menunjang gaya fashion yang bisa diinterpretasi oleh orang lain melalui penampilannya yang baru yang dan sesuai dengan *trend* lingkungan, tingkah laku, emosi, dan differensiasi (perbedaan) yang mereka tampilkan setelah melakukan perubahan fashion. Karena hal ini, mereka benar-benar mempersiapkan dirinya

yang dilihat dan dinilai oleh orang lain. Citra diri yang mereka tunjukkan merupakan salah satu bentuk ekspresi diri yang termasuk sebagai kajian sosiologi, yaitu ketika mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo membentuk citra diri melalui komunikasi



IAIN
PONOROGO

artifaktual yang
ditampilkan melalui
fashion dan
mempertimbangkan reaksi
orang lain dalam proses
interaksi sosial yang
mengalami perubahan
dalam konteks fashion
merupakan bagian dari
citra dirinya untuk tampil
dalam kehidupan sehari-
hari di lingkungan kampus
dengan penggunaan
pakaian, aksesoris dan

dandanan yang bervariasi dan sesuai dengan *trend* fashion sangat menarik perhatian publik.⁶⁷

Penampilan fashion merupakan hasil interpretasi dan dengan tujuan untuk diinterpretasikan kembali oleh orang lain melalui interaksi sosial dengan lingkungan maupun teman-temannya yang

⁶⁷ 06/O/06-11/2023.

didukung oleh perkembangan industri fashion yang bervariasi sebagai hal yang menunjukkan citra diri mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Sehingga, kategori penampilan fashion yang terdiri dari penampilan berpakaian, aksesoris, dan

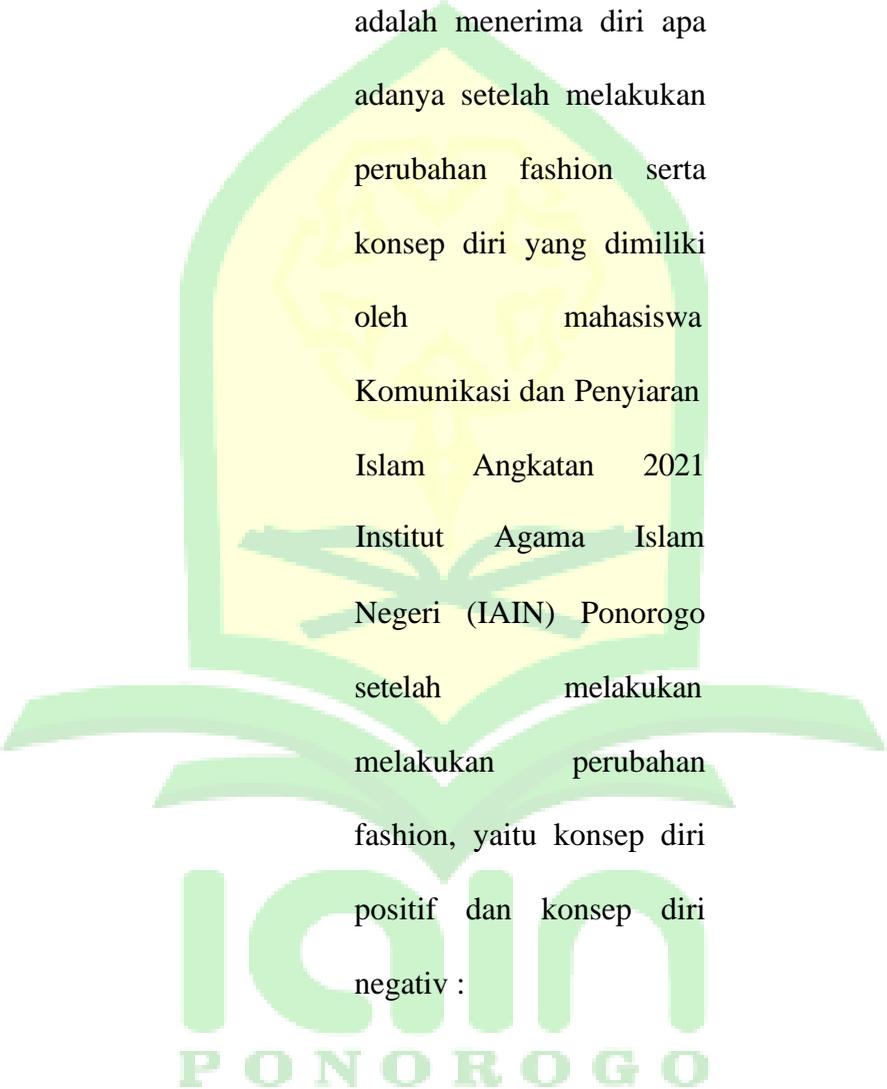
dandanan merupakan citra diri mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.⁶⁸

2. Bentuk Konsep Diri

Konsep diri yang dibangun oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo

⁶⁸ 06/O/06-11/2023.

adalah menerima diri apa adanya setelah melakukan perubahan fashion serta konsep diri yang dimiliki oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo setelah melakukan melakukan perubahan fashion, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif :

The logo of IAIN Ponorogo is a large, stylized green emblem. It features a central yellow sun-like shape with rays, enclosed within a green archway. Below the archway are green, leaf-like shapes. At the bottom, the text 'IAIN' is written in a large, bold, green font, with 'PONOROGO' written in a smaller, green font underneath it.

IAIN
PONOROGO



a. Konsep diri positif yang mereka tunjukkan setelah melakukan perubahan fashion yaitu ditandai dengan perasaan mereka yang menerima pujian tanpa merasa malu,

mampu

mengatasi

kritikan, merasa

setara dengan

orang lain, dan

menyadari

bahwa

perubahan

fashion yang

sesuai dengan

keinginan dan

perasaan serta

perilaku belum

tentu bisa



diterima oleh

orang lain

secara

keseluruhan,

sehingga

mahasiswa

Komunikasi

dan Penyiaran

Islam Angkatan

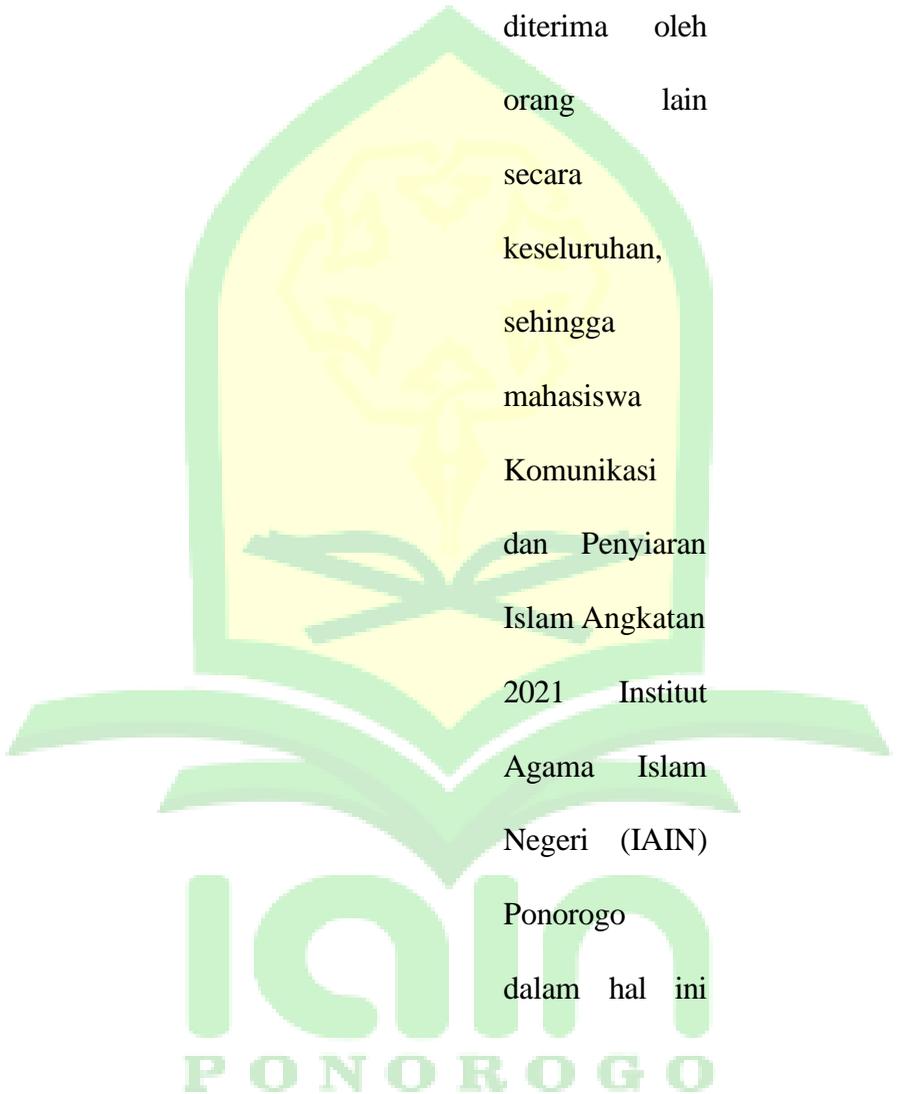
2021 Institut

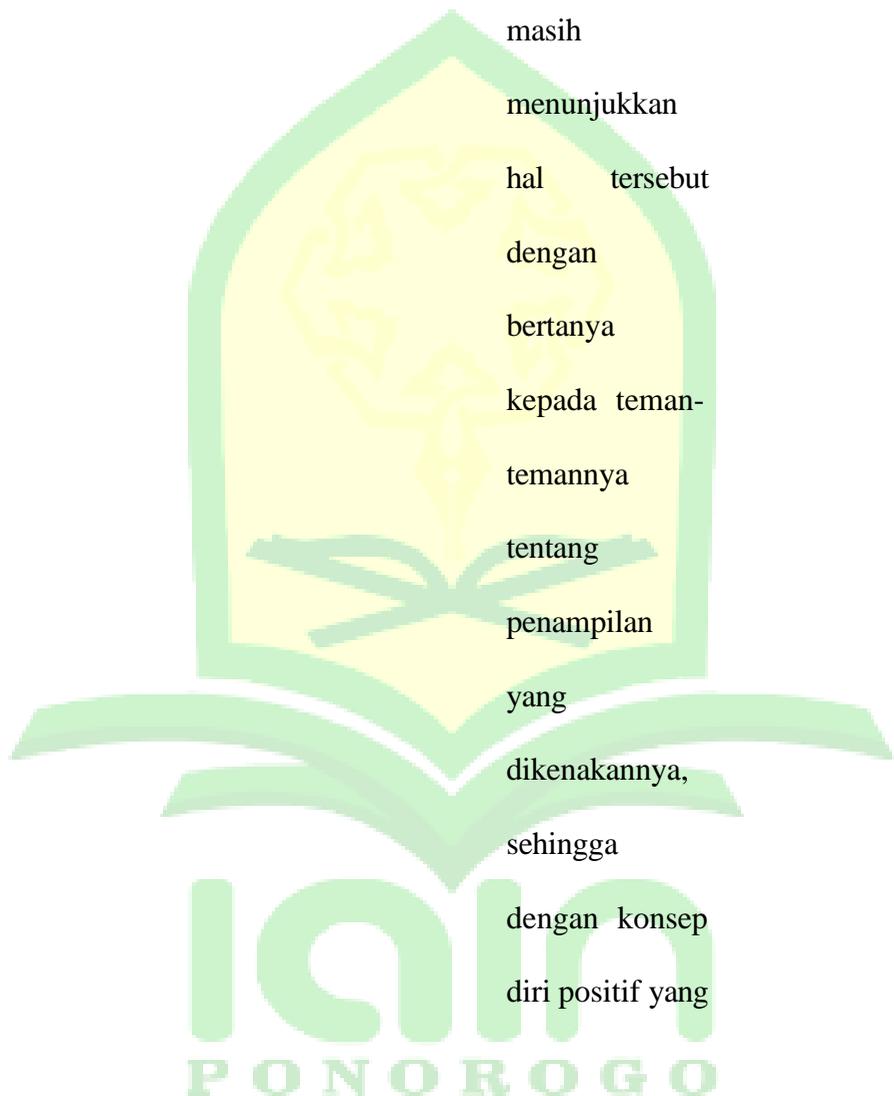
Agama Islam

Negeri (IAIN)

Ponorogo

dalam hal ini





masih

menunjukkan

hal tersebut

dengan

bertanya

kepada teman-

temannya

tentang

penampilan

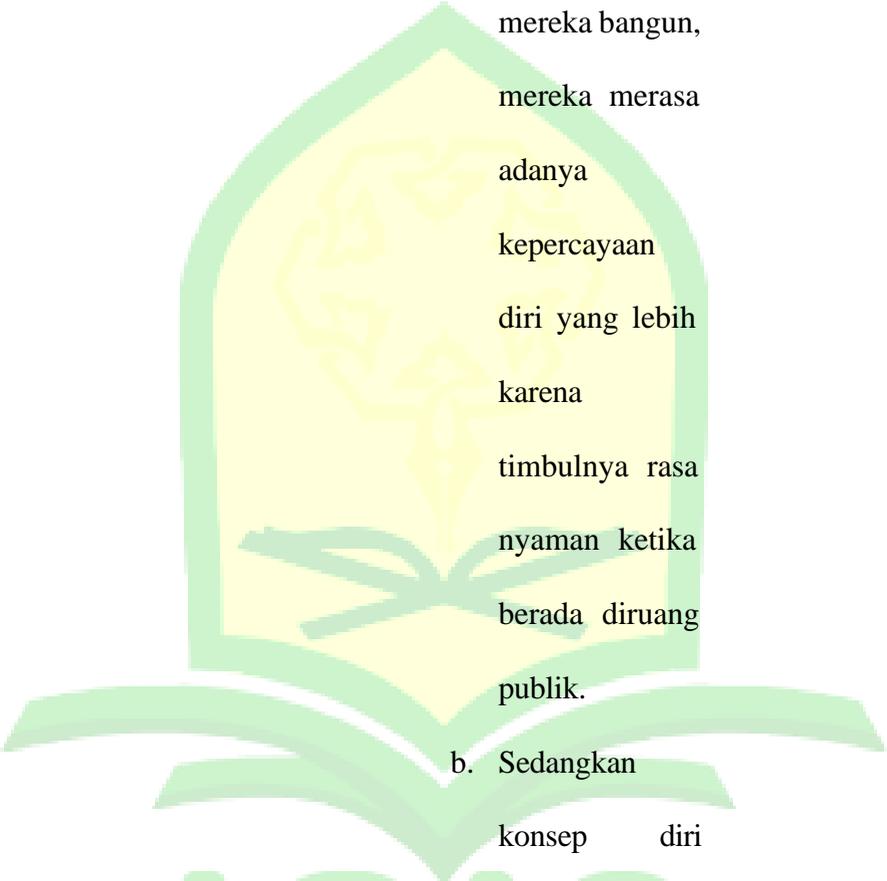
yang

dikenakannya,

sehingga

dengan konsep

diri positif yang



mereka bangun,
mereka merasa
adanya
kepercayaan
diri yang lebih
karena
timbulnya rasa
nyaman ketika
berada diruang
publik.

b. Sedangkan

konsep diri
negativ yang
dibangun oleh

IAIN
PONOROGO

mahasiswa

Komunikasi

dan Penyiaran

Islam Angkatan

2021 Institut

Agama Islam

Negeri (IAIN)

Ponorogo

adalah

mengedepankan

nilai-nilai

kesopanan dalam

melakukan

perubahan

fashion, seperti



tampil dengan

celana *hotpants*

dan baju lengan

terbuka untuk

perempuan,

sedangkan

penampilan

laki-laki seperti

menggunakan

celana *jeans*

sobek-sobek.

Dengan konsep diri

pada pandangan dan perasaan

tentang diri sendiri, bersifat

secara psikologis komunikasi non-verbal yang ditampilkan seorang individu dalam lingkungan sosial melalui fashion akan menimbulkan tanggapan yang menjadi reaksi bagi orang lain. Rakhmat menyatakan bahwa psikologi tertarik pada komunikasi yang berlangsung antar individu yaitu bagaimana pesan dari seorang individu menjadi stimulus yang dapat menimbulkan respon pada

individu lain. Dari hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa kelima informan ingin memberikan wujud komunikasi artifaktual yang *stylish* agar reaksi orang disekitarnya bisa sesuai yang diharapkan dan juga mau menyampaikan bahwa dirinya bisa mengikuti *trend fashion*.⁶⁹

⁶⁹ 06/O/08-11/2023.

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Fashion Sebagai Media Komunikasi Artifaktual Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

Fashion adalah cara orang-orang berusaha menampilkan individualitas dan cita rasa dari sebuah kelompok tertentu yang mana salah satunya berbentuk pakaian yang mengirimkan pesan kepada khalayak untuk menunjukkan

P O N O R O G O

sikap dari sebuah simbol komunikasi artifaktual yang merupakan pemberi pesan penentu sebuah penampilan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menjelaskan model fashion yang digunakan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (2) Mendeskripsikan pesan yang ingin disampaikan mahasiswa dalam membentuk identitas sosial melalui fashion pada mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (3) Menganalisis wujud komunikasi artifaktual yang terbentuk melalui

fashion pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Fashion merupakan salah satu media komunikasi identitas diri mahasiswa dengan orang lain. Ada suatu pesan yang ingin mereka sampaikan lewat fashion yang mereka gunakan (2) Fashion yang dikenakan mencerminkan tentang siapa dirinya, setiap orang dalam mengenakan fashion memiliki sesuatu yang ingin ditampilkan dari identitas dirinya dihadapan orang lain secara tidak langsung untuk mengkomunikasikan

bagaimana citra dirinya melalui pemilihan barang-barang (3) Fashion dan gaya berpakaian berfungsi sebagai daya tarik selain menjadi penutup dan sebagai kesopanan untuk mendeskripsikan dirinya di depan publik secara khusus dan menunjukkan citra dirinya.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki beberapa saran yang perlu diperhatikan, antara lain sebagai berikut :

1. Penulis berharap pihak kampus lebih memfokuskan kembali sesuatu yang berkaitan dengan taat tertib

berpenampilan dilingkungan kampus, agar penggunaan karakter fashion tidak berlebihan dan dapat sesuai dengan aturan yang dibuat oleh pihak kampus, bagi mahasiswa yang melanggar juga harus mendapat peringatan terlebih dahulu supaya dapat memperbaiki kesalahan dalam berpenampilannya.

2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi untuk pembaca dalam memahami fashion sebagai komunikasi artifaktual di kalangan mahasiswa, sebab tanpa

melakukan penelitian dan observasi secara mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Christiany, *Fashion merupakan salah satu alat Komunikasi*: 2015.
- Firdaus, Budianti, dkk. 2016. Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Diri Mahasiswa Fkip Uns. *Jurnal Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Hartaji, Damar A. 2012. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Ibid
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung, 2015.
- Ibrahim Idi Subandy. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, (Yogyakarta :Jalasutra, 2007).

P O N O R O G O

- Jalaludin Rakhmat. 2011. *Psikologi Komuniikaasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Laksmi, *Teori Interaksionisme Simbolik dalam Kajian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: Jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Indonesia* : 2017.
- Nazir Moh, *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia, 2009.
- Nana Saudjana dan Ahwal Kusuma, *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*, Bandung: Sinar Baru Argasindo, 2002.
- P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik* Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Rosseline, Z. 2018. *Gaya Hidup Wanita Muslimah Modern (Analisis Semiotik Roland Barthes Terkait Fashion Pada Busana dan Hijab Komunitas Solo Hijabers)*.
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*.
- Suharsini Arikunto, *Prosedur Penejitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Stella, M., & Triputra, P. 2015. *Analisis Semiotik Fashion Ines Ariani Sebagai*

Bentuk Presentasi Diri Jurnal Komunikasi.

Tyaswara, Baruna. Dkk. 2017 *Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung*. Jurnal Komunikasi.

Umberto Eco, John Radziewicz, William Weaver, *Faith un Fakes : Travels in Hyper reality*, Published May 27th 1990 by Mariner Books.

Wahyu Wibowo. *Cara Cerdas Menulis*. 2011. Jakarta: Buku Lompas.

Wasia Roesbani dan Roesmini Soerjaatmadja, *Pakaian Pengetahuan*, Jakarta: Balai Pustaka, 1984.

Wiana. W., & Indonesia, U. P.2018. *Fashion as a language of non verbal communication*.

Internet

Aliya. Ide Outfit Ala Cewek Mamba. Hijup-Aliya.com.

Arifin. Inspirasi Outfit Muslim Style. Pinterest-Arifin.com.

Ibnawati Awali, Novita. Inspirasi Retro Style Untuk Hijabers. Stylo-Ibnawati.com.

Istikomah, *Online Jurnal*, 25 Juni 2023 : *Trend Outfit Mahasiswa*, (Online).

P O N O R O G O

iainponorogo.ac.id

Kamus Bahasa Indonesia Online, kbbi.web.id

Luthfia Hidayatty, Ulfa. Style Kemeja

Oversize. Idntimes-Lutfia.com

*Pedoman Penyelenggaraan pendidikan
Fakultas Ushuluddin, Adab dan
Dakwah : 2018/2019.*

Keterangan Kode W (Wawancara) :

W Winda Mahasiswa KPI

Angkatan 2021.

M Mahdha Mahasiswa KPI

Angkatan 2021.

N Nawal Mahasiswa KPI

Angkatan 2021.

H Hemit Mahasiswa KPI

Angkatan 2021.

V Vivi Mahasiswa KPI

Angkatan 2021

iain
PONOROGO

Lampiran I

TRANSKIP WAWANCARA**1. Data Wawancara Informan Inisial
W**

Nomor Wawancara : 01/W/W/05-10/2023

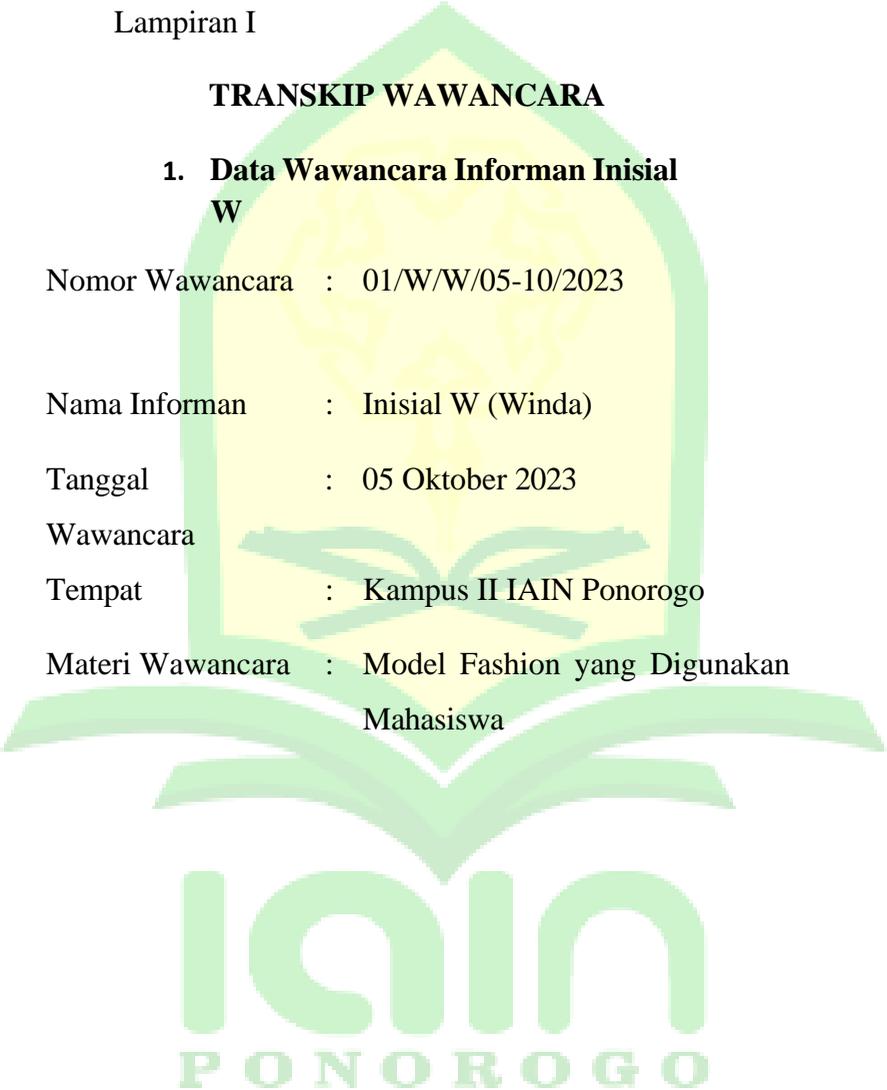
Nama Informan : Inisial W (Winda)

Tanggal : 05 Oktober 2023

Wawancara

Tempat : Kampus II IAIN Ponorogo

Materi Wawancara : Model Fashion yang Digunakan
Mahasiswa



IAIN
PONOROGO

Peneliti	Bagaimana respon mahasiswa dengan adanya trend fashion masa kini?
Informan W	<i>“Dengan trend pakaian atau gaya fashion remaja masa kini, mahasiswa dapat lebih elegana guna membentuk citra diri di depan publik, sehingga mereka percaya diri atas penampilannya.”</i>
Peneliti	Jenis Model apakah

	yang sering kamu pakai, dan apa alasannya?
Informan W	<i>“Khususnya saya sendiri lebih menyukai gaya berfashion dengan style retro dengan memakai Outfit Of The Day (OOTD) sehingga saya merasa elegan dan nyaman.”</i>

2. Data Wawancara Informan

Inisial M

Nomor : 02/W/M/05-10/2023

Wawancara

Nama : Inisial M (Mahdha)

Informan

Tanggal : 05 Oktober 2023

Wawancara

Tempat : Kampus II IAIN Ponorogo

Materi : Gaya Fashion dalam Membentuk

Wawancara Citra Diri

Peneliti	Bagaimana bentuk gaya style oversize itu?
Informan M	<i>“Dalam style</i>

P O N O R O G O

	<p><i>oversize ini biasanya mahasiswa menggunakan pakaian yang fashionable dengan menutup seluruh lekukan tubuh, sehingga mereka terkesan memakai outfit yang lebih besar dari ukuran tubuhnya.”</i></p>
Peneliti	<p>Bagaimana bentuk citra diri seseorang melalui fashion style muslim itu?</p>
Informan M	<p><i>“Fashion muslim mendasarkan dirinya</i></p>



pada prinsip-prinsip moral dan etika islam, mencerminkan kehormatan dan kepatuhan terhadap ajaran agama. Saat satu aspek kunci dalam pakaian muslim adalah menutup aurat dengan busana yang longgar dan sopan.”

3. Data Wawancara Informan

Inisial N

Nomor Wawancara : 05/W/N/05-10/2023

Nama Informan : Inisial N (Nawal)

Tanggal Wawancara : 05 Oktober 2023

Tempat : Kampus II IAIN
Ponorogo

Materi Wawancara : Wujud Komunikasi
Artifaktual Fashion

Peneliti	Apakah melalui fashion seseorang dapat menggambarkan citra dirinya?
Informan N	<i>“Melalui fashion</i>

	<p><i>atau pakaian yang digunakan, setiap orang ingin menampilkan dan menginginkan penggambaran suatu identitas dirinya dari orang lain, identitas disini merupakan ciri khas seseorang yang diperoleh lewat gaya berpakaian yang melekat pada dirinya.”</i></p>
Peneliti	Bagaimana implementasi anda terkait penggunaan fashion pada diri

	anda?
Informan N	<p><i>“Saya menggunakan fashion, orang lain akan lebih senang melihatnya dan pemakainya (informan sendiri) merasa lebih percaya diri. Ini merupakan bentuk kesenangan estetis yang timbul melalui apresiasi dari orang lain.”</i></p>

4. Data Wawancara Informan Inisial

H

Nomor : 05/W/H/05-10/2023

Wawancara

Nama : Inisial H (Hemit)

Informan

Tanggal : 05 Oktober 2023

Wawancara

Tempat : Kampus II IAIN Ponorogo

Materi : Fashion Membentuk Citra Diri

Wawancara Pemakainya

Peneliti	Apa alasan anda mengenakan fashion branded seperti ini?
Informan H	<i>"Fashion</i>

P O N O R O G O

	<i>digunakan mahasiswa salah satunya untuk menarik perhatian orang lain.”</i>
Peneliti	Penilaian seperti apa yang terbentuk oleh fashion itu?
Informan H	<i>“Biasanya itu, orang kerap membuat penilaian terhadap nilai sosial atau status sosial orang lain berdasar apa yang dipakai orang tersebut.”</i>

5. Data Wawancara Informan Inisial

V

Nomor : 04/W/V/07-11/2023

Wawancara

Nama : Inisial (Vivi)

Informan

Tanggal : 07 November 2023

Wawancara

Tempat : Kampus II IAIN Ponorogo

Materi : Komunikasi Artifaktual

Wawancara Terbentuk oleh Fashion

Peneliti	Komunikasi artifaktual seperti apa yang biasanya terbentuk fashion itu?
----------	--

IAIN
P O N O R O G O

Informan

V

“Kalau dikaitkan dengan komunikasi, busana yang dikenakan itu sudah dapat melambangkan seseroang berkomunikasi. Seperti contohnya busana menyimbolkan suasana hati kita lagi sedih, dengan pakai busana yang gealap, walaupun orang itu tidak menginformasikan suasana hatinya, namun komunikasi itu

	<i>sudah dapat kita ketahui lewat fashion yang dia gunakan.”</i>
Peneliti	Gambaran seperti apa yang biasanya didapat saat seseorang mengenakan fashion itu?
Informan V	<i>“Yang pasti dengan seseorang berfashion, dapat menggambarkan suatu kepribadian mereka.”</i>

Lampiran II

DOKUMENTASI



Doc. Model fashion chic style mahasiswa

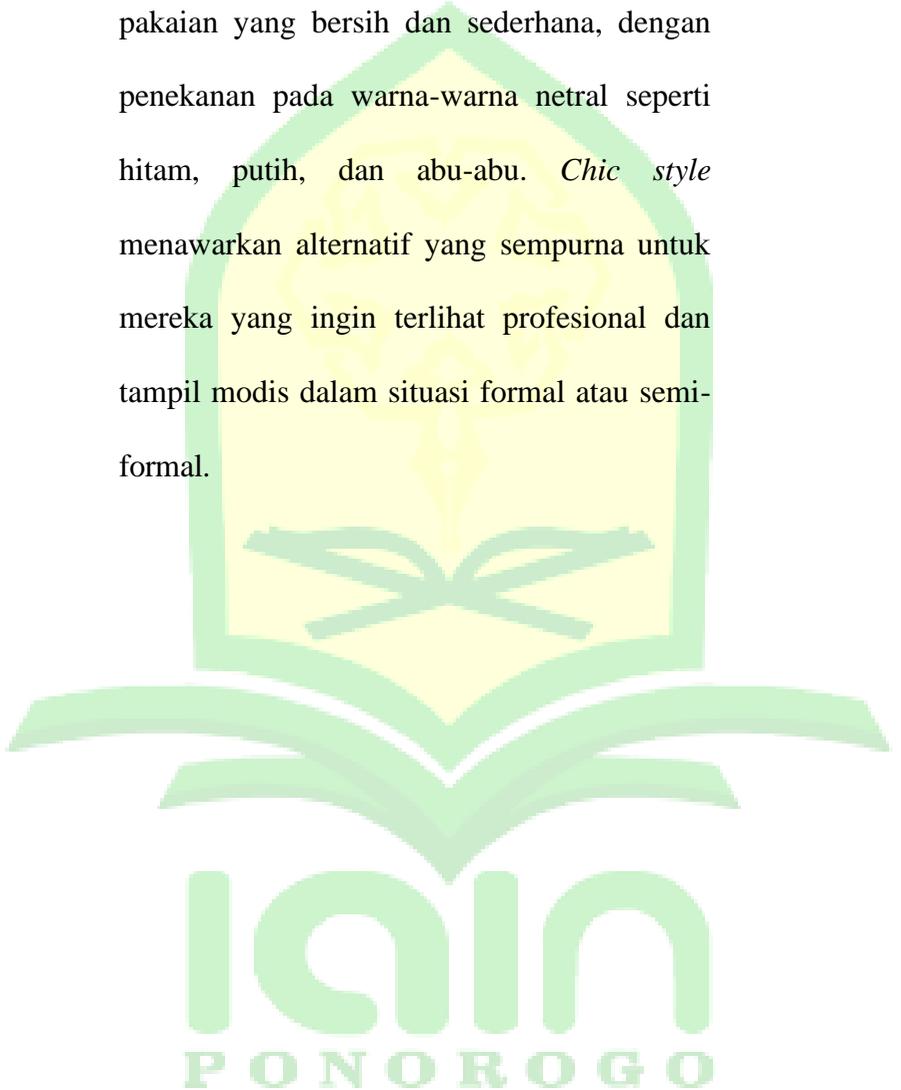
KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo

Ciri khas elegan, modis, dan rapi.

Gaya *chic* seringkali mengutamakan potongan

IAIN
P O N O R O G O

pakaian yang bersih dan sederhana, dengan penekanan pada warna-warna netral seperti hitam, putih, dan abu-abu. *Chic style* menawarkan alternatif yang sempurna untuk mereka yang ingin terlihat profesional dan tampil modis dalam situasi formal atau semi-formal.

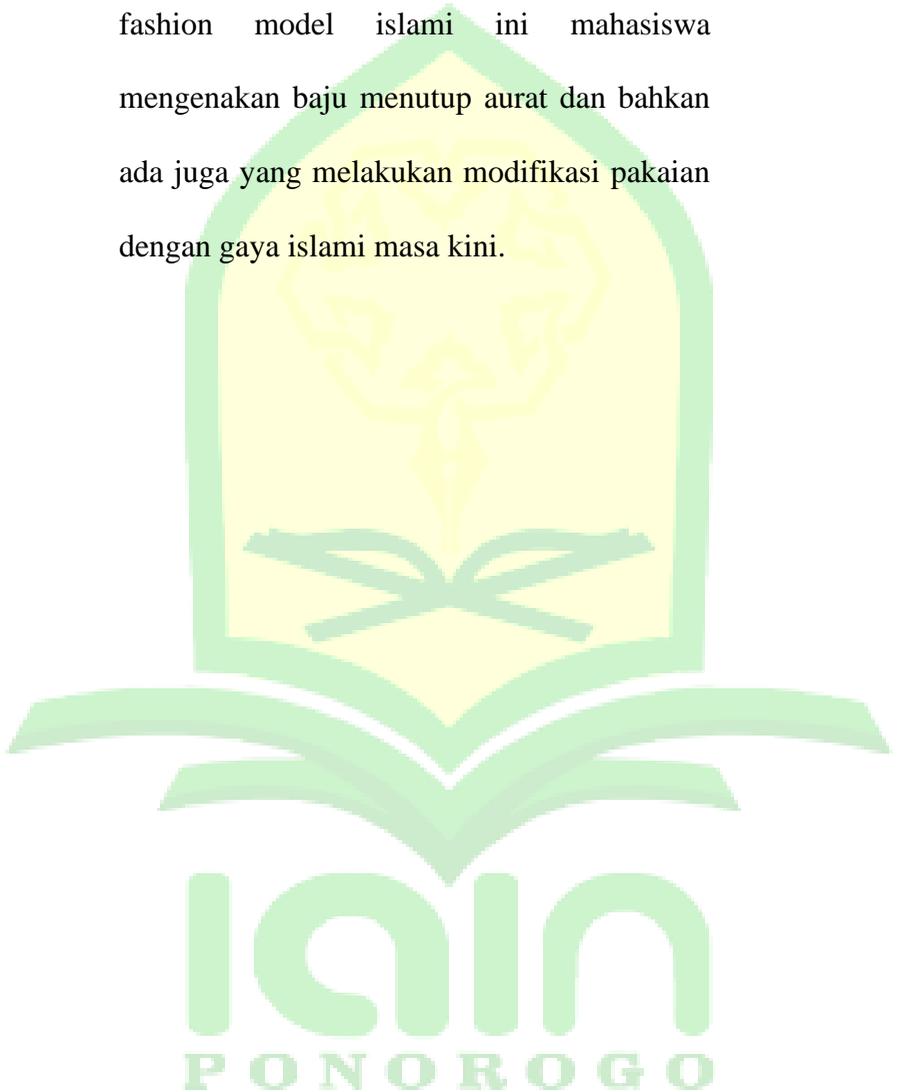




*Doc. Model fashion islami terkini
mahasiswa KPI angkatan 2021 Iain
Ponorogo*

Mengingat di IAIN Ponorogo ini merupakan suatu perguruan tinggi berbasis islam, model fashion islami ini mayoritas dikenakan para mahasiswa, dalam menyajikan

fashion model islami ini mahasiswa mengenakan baju menutup aurat dan bahkan ada juga yang melakukan modifikasi pakaian dengan gaya islami masa kini.



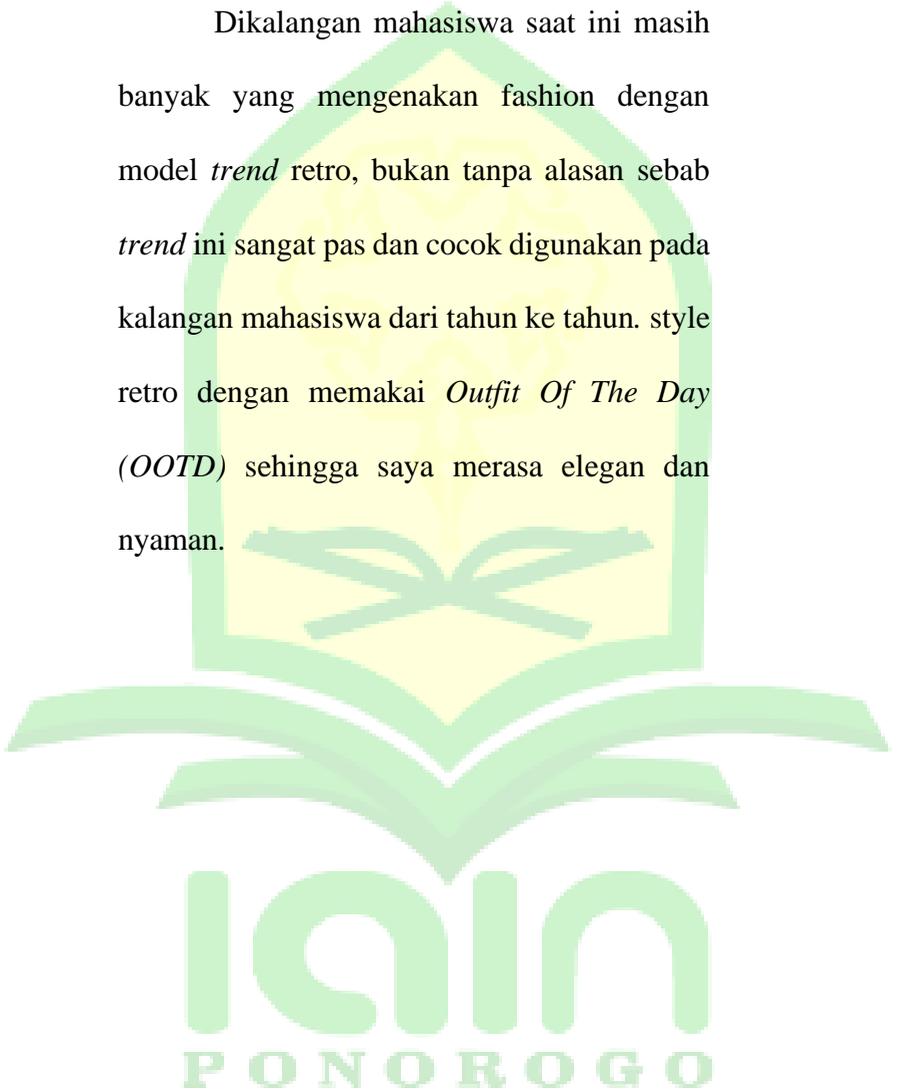


Doc. Model fashion chic style mahasiswa

KPI angkatan 2021 IAIN Ponorogo

IAIN
PONOROGO

Dikalangan mahasiswa saat ini masih banyak yang mengenakan fashion dengan model *trend* retro, bukan tanpa alasan sebab *trend* ini sangat pas dan cocok digunakan pada kalangan mahasiswa dari tahun ke tahun. style retro dengan memakai *Outfit Of The Day (OOTD)* sehingga saya merasa elegan dan nyaman.





*Doc. Model Fashion mamba mahasiswa KPI
angkatan 2021 IAIN Ponorogo*

Fashion mamba juga menjadi pilihan para responden yang suka memakai outfit yang simple dan tidak terlalu banyak hiasan atau potongan yang rumit. Model fashion mamba dapat menghasilkan kesan yang serius,

**IAIN
P O N O R O G O**

misterius, dan *bold*, dengan memadukan item yang tepat sehingga menghasilkan kesan elegan dan juga berkelas.



*Doc. Model fashion oversize mahasiswa KPI
angkatan 2021 IAIN Ponorogo*

PONOROGO

Model *oversize* merupakan gaya pakaian yang memiliki ukuran lebih dari tubuhnya menjadi salah satu fashion yang *timelees* (tidak terkekang oleh waktu). Mahasiswa cenderung ingin mengekspresikan dirinya agar terlihat *fashionable* untuk menunjukkan jati dirinya. Tidak bisa dipungkiri bahwa jika diperhatikan lagi gaya fashion pada era 90-an terkesan unik dan terkesan mahal.

BIOGRAFI PENULIS

Adi Matuz Zahra atau penulis lahir di Ponorogo, 12 September 2001, penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Sutikno dan ibu Tumirah. Adi merupakan nama panggilan untuk penulis, terlahir dari keluarga yang sederhana dengan pekerjaan bapak sebagai security di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo yang sudah purna tugas pada tahun 2018 lalu, sedangkan ibu seorang mantan TKW Saudi Arabia yang sudah berhenti berangkat kembali sebab gagal terbang pada tahun 2016 dan sekarang bekerja di toko yang berada di Jl.

IAIN
PONOROGO

Pramuka. Penulis memulai pendidikan di Mi Ma'arif Cekok, kemudian melanjutkan pendidikan di MTs. Ma'arif 1 Ponorogo, melanjutkan pendidikan di MAN 2 Ponorogo, dan melanjutkan sebagai mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada tahun 2020.

