

Semiotika Fashion: Analisis Kode Visual dan Identitas Subkultur Mahasiswa ISI Yogyakarta

Riza Puspita Minjari^{1*}, Bian Allam Daifullah², Indira Azhra³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Koresponding Email: risapuspita14.rpm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana busana mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta berfungsi sebagai kode visual yang membentuk identitas subkultur di lingkungan kampus seni. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes yang membaca tanda visual pada tingkat denotasi, konotasi, dan mitos. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap tujuh mahasiswa dari berbagai fakultas dan program studi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, kategorisasi tematik, dan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa busana mahasiswa ISI Yogyakarta tidak sekadar pelindung tubuh, melainkan sistem tanda yang menyampaikan afiliasi program studi, orientasi estetik, dan sikap terhadap arus utama. Ditemukan pula pergeseran mitos “anak ISI” dari citra lawas yang identik dengan kesan lusuh dan pemberontakan menuju generasi baru yang tetap eksploratif namun lebih memperhatikan perawatan diri. Cara berpakaian juga menjadi ruang negosiasi identitas antara ekspektasi keluarga dan kebebasan berekspresi di lingkungan kampus, serta lebih kuat dipengaruhi oleh pengamatan langsung terhadap lingkungan sosial dibandingkan media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis pada kajian semiotika fashion dengan memetakan kode visual lintas program studi di kampus seni sebagai locus subkultur yang plural dan terus berubah.

Kata Kunci: fashion, semiotika, identitas, subkultur, mahasiswa seni

ABSTRACT

This study aims to reveal how clothing style among students at Institut Seni Indonesia Yogyakarta functions as a visual code that shapes subcultural identity within an arts campus environment. The study applies a qualitative approach through Roland Barthes' semiotic method, reading visual signs at the level of denotation, connotation, and myth. Data were gathered through in-depth interviews with seven students from various faculties and study programs, then analyzed through data reduction, thematic categorization, and source triangulation. Findings show that clothing among ISI Yogyakarta students is not merely bodily protection but a sign system that communicates study-program affiliation, aesthetic orientation, and stance toward the mainstream. The study also identifies a shift in the myth of the “ISI student” from an older image associated with an unkempt appearance and rebellion toward a newer generation that remains exploratory yet more attentive to self-care. Dress becomes a space for negotiating identity between family expectations and freedom of expression on campus, and is shaped more strongly by direct observation of the social environment than by social media. This research contributes theoretically to fashion semiotics by mapping visual codes across study programs within an arts campus as a plural and continuously shifting subcultural locus.

Keywords: fashion, semiotics, identity, subculture, art students

STUDIA KOMUNIKA

PENDAHULUAN

Busana bagi mahasiswa bukan sekadar pemenuhan kebutuhan menutup tubuh, melainkan telah menjadi medium komunikasi nonverbal yang menyampaikan pesan tentang siapa pemakainya. Secara konseptual, busana kerap dipandang sebagai praktik budaya yang melekat pada identitas pemakainya, di mana pilihan warna, motif, dan aksesoris menjadi cara seseorang menyampaikan citra diri kepada lingkungan sosialnya (Hadi & Ritonga, 2023). Fashion bahkan telah lama dipahami sebagai media komunikasi nonverbal yang mampu menggambarkan status sosial, peran, serta sikap penggunanya, sehingga cara berbusana seseorang dapat menjadi cerminan dari sikap perilakunya sehari-hari (Tyaswara et al., 2017). Dalam konteks mahasiswa, busana turut menjadi bagian dari proses pencarian jati diri dan pembentukan identitas sosial di lingkungan pergaulan kampus (Syarafa, D. A., Adhrianti, L., & Sari, 2020). Pendekatan pembacaan tanda visual pada busana semacam ini juga telah diterapkan pada konteks budaya lain, misalnya pada busana adat sebagai penanda identitas komunitas (Umanailo, 2020), yang menunjukkan bahwa kerangka analisis semiotika terhadap pakaian bersifat lintas konteks sosial. Kecenderungan pembacaan busana sebagai penanda identitas ini semakin menonjol di kampus-kampus yang memiliki ruang ekspresi lebih longgar, salah satunya kampus seni.

Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta dikenal luas sebagai kampus dengan budaya berbusana yang khas dan jauh lebih eksploratif dibandingkan dengan kampus lain pada umumnya. Fenomena ini bertautan dengan semangat subkultur yang tumbuh di lingkungan seni, sebuah ruang sosial yang menawarkan alternatif dari budaya dominan melalui simbol-simbol yang dikenakan sehari-hari (Hebdige, 1979). Setiap program studi bahkan cenderung memiliki kode busana tidak tertulis yang membedakannya dari program studi lain, sehingga penampilan seseorang dapat menjadi penanda dari mana ia berasal secara akademik maupun secara komunitas pergaulan. Fenomena semacam ini menegaskan bahwa busana bekerja sebagai sistem tanda yang dapat dibaca melalui pendekatan semiotika, khususnya model tiga lapis Roland Barthes yang membedakan makna denotatif, konotatif, dan mitos di balik sebuah tanda visual (Roland, 1968). Pendekatan semiotik terhadap busana juga diterapkan dengan kerangka ikon, indeks, dan simbol dari Charles Sanders dalam sebuah festival lintas budaya di lingkungan kampus (Delvina Amelia Ramadhani et al., 2025).

Kajian terdahulu mengenai fashion sebagai komunikasi identitas sosial telah banyak dilakukan, misalnya pada mahasiswa umum (Munirah & Erianjoni, 2019), pada ekspresi diri dan karakter mahasiswa (Salma & Falah, 2023), pada relasi antara konsep diri dengan konformitas gaya berpakaian mahasiswa (Cahyaningsih & Dewi, 2019), pada motivasi mahasiswa dalam memilih fashion sebagai komunikasi identitas sosial (Bisyri & Rahman, 2023), pada tokoh publik (Nabila, 2020) maupun pada praktik personal branding dan komunikasi identitas melalui media digital (Salsabila et al., 2021). Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi seperti e-commerce, big data analytic, dan user experience juga menjadi faktor penting untuk mendorong perkembangan industri fashion di Indonesia (Mustikarani & Irwansyah, 2019). Kajian lintas disiplin turut menunjukkan bahwa busana berperan sebagai penanda kelas sosial, gender, dan identitas dalam masyarakat yang lebih luas (Crane, D., 2012), sekaligus menjadi medium yang melekat pada tubuh dan pengamalan keseharian pemakainya (Entwistle, 2015). Pada tingkat individu, busana juga dipahami sebagai bagian dari psikologis sosial diri yang menghubungkan penampilan dengan konsep diri seseorang. Namun demikian, kajian yang secara khusus memotret pluralitas kode visual lintas program studi pada satu kampus seni sebagai locus subkultur masih terbatas. Padahal, ISI Yogyakarta memiliki karakter unik karena setiap fakultas dan program studi

STUDIA KOMUNIKA

cenderung membentuk skena atau kubu gaya berbusananya sendiri, mulai dari kesan “sangan” ala seni rupa murni, gaya rapi berkerah di lingkungan produksi media rekam, hingga budaya cosplay di lingkungan desain komunikasi visual. Kekosongan inilah yang berusaha diisi oleh penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kode visual dalam busana mahasiswa ISI Yogyakarta serta memaknainya sebagai penanda identitas subkultur, baik pada level denotasi, konotasi, maupun mitos yang menyertainya. Penelitian ini juga berupaya memetakan bagaimana identitas tersebut dinegosiasikan di antara tekanan lingkungan asal atau keluarga, tuntutan program studi, dan kebebasan berekspresi yang ditawarkan oleh ruang kampus seni. Novelty penelitian ini terletak pada fokus lintas program studi dalam satu institusi seni, yang memperlihatkan bahwa subkultur mahasiswa bukanlah entitas tunggal, melainkan kumpulan skena yang plural, saling berbatasan, dan terus bergerak mengikuti pergeseran generasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes, yang membaca tanda visual pada busana informan melalui tiga tingkatan makna, yaitu denotasi (makna harfiah dari elemen busana yang tampak), konotasi (makna yang muncul dari asosiasi budaya terhadap elemen tersebut), dan mitos (nilai atau ideologi yang terbentuk secara kolektif, seperti citra “anak ISI”). Fokus penelitiannya adalah gaya berpakaian sehari-hari mahasiswa di lingkungan kampus, motivasi di balik pilihan busana tersebut, serta persepsi mahasiswa terhadap kode visual program studi dan skena yang ada di sekitarnya.

Penelitian dilakukan di lingkungan Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta, dengan informan berjumlah sembilan mahasiswa aktif dari beberapa fakultas dan angkatan berbeda, meliputi Fakultas Seni Rupa, Fakultas Seni Media Rekam, dan Fakultas Seni Pertunjukan yang dipilih melalui teknik purposive sampling dengan pertimbangan keragaman program studi dan gaya berbusana yang ditampilkan. Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara mendalam semi-terstruktur secara tatap muka, yang direkam dan ditranskripsikan secara verbatim. Wawancara berlangsung secara santai dan terbuka untuk memperoleh narasi personal informan mengenai relasi antara busana dan identitas dirinya.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, yaitu memilah pernyataan informan yang relevan dengan kode visual dan identitas subkultur, dilanjutkan dengan kategorisasi tematik berdasarkan elemen busana (warna, aksesoris, potongan pakaian) dan makna sosial yang melekat padanya. Setiap kategori kemudian dibaca melalui kerangka tiga lapis Barthes untuk menemukan denotasi, konotasi, dan mitos yang terkandung. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan narasi antarinforman lintas program studi untuk melihat konsistensi maupun perbedaan pemaknaan atas simbol visual yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Busana sebagai Penanda Afiliasi Program Studi

Busana mahasiswa ISI Yogyakarta bekerja sebagai penanda denotatif yang menghubungkan penampilan seseorang dengan program studi tempatnya berkuliah. Khafit menjelaskan bahwa Fakultas Seni Media Rekam mewajibkan kemeja berkerah sehingga mahasiswa “harus pintar-pintar mix and match” agar tetap dapat mengekspresikan gaya personal dalam batas aturan tersebut, berbeda dari mahasiswa Fakultas Seni Rupa yang lebih bebas. Roro, Agas dan Ryan memetakan template visual antarprogram studi secara lebih rinci,

STUDIA KOMUNIKA

diantaranya: mahasiswa Desain Murni cenderung tampil "berani" dengan jaket kulit, aksesoris spike, dan tato besar, mahasiswa Interior mengacu pada estetika band seperti Motorhead dengan jeans yang sengaja dirobek dan dibiarkan tidak dicuci, mahasiswa Kriya bergaya seperti "orang mancing" dengan celana pendek dan sandal, mahasiswa DKV sesekali tampil dengan kostum cosplay, sementara mahasiswa Tata Kelola Seni (TKS) tampil paling "clean" dan rapi. Cantika dan Anggun turut memperkuat pola perbedaan lintas fakultas tersebut. Dari sudut pandang mereka, mahasiswa Program Studi Musik dinilai sebagai kelompok yang "paling netral" dalam berpakaian karena setiap pertunjukan umumnya telah menetapkan dress code tertentu, seperti hitam-putih, tuxedo, atau gaun hitam. Kondisi ini berbeda dengan mahasiswa Seni Rupa yang dipandang memiliki gaya berpakaian yang "lebih *bold* dan lebih berani". Sementara itu, mahasiswa Program Studi Media Rekam justru dinilai memiliki penampilan yang "lebih rapi" dibandingkan mahasiswa Musik. Adit dan Vatikan menambahkan bahwa di Fakultas Seni Rupa terdapat spektrum gaya berpakaian yang sangat beragam, mulai dari yang berpenampilan sangat sederhana dan terkesan berantakan hingga yang sangat ekspresif. Sementara itu, mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan dinilai cenderung memiliki gaya berpakaian yang lebih sederhana dan lebih menyerupai mahasiswa di kampus pada umumnya. Secara konotatif, unsur-unsur fisik busana, seperti potongan pakaian, alas kaki, dan aksesoris, secara konsisten dimaknai sebagai penanda identitas kelompok pergaulan sekaligus program studi. Secara mitos, berkembang anggapan bahwa setiap program studi memang memiliki karakter visual yang melekat secara alamiah. Padahal, sebagaimana ditegaskan oleh Roro, pola tersebut "bukan diturunkan secara resmi, tapi karena lihat orang yang dianggap keren, terus ditiru." Pernyataan ini menjadi konfirmasi yang jelas terhadap mekanisme *bricolage* yang dikemukakan oleh Hebdige, yaitu proses pembentukan gaya melalui praktik peniruan, adaptasi, dan reproduksi simbol-simbol budaya dalam lingkungan sosial.

Konotasi Warna dan Aksesoris sebagai Ekspresi Kepribadian

Pada level konotasi, warna, aksesoris, dan kesesuaian busana dengan bentuk tubuh dimaknai sebagai representasi kepribadian dan identitas diri. Roro, misalnya, menyatakan bahwa kacamata hijau merupakan "identitas saya" karena mencerminkan keterkaitan antara namanya, warna favorit, dan citra diri yang ingin ditampilkan. Selain itu, warna tersebut juga dipilih karena alasan praktis, yaitu agar mudah ditemukan jika hilang di tengah keramaian. Salma memilih busana dengan tone gelap untuk mendukung gaya *whimsical* yang disukainya karena merasa kurang percaya diri mengenakan warna-warna mencolok. Anggun menyebut riasan mata sebagai elemen yang paling konsisten dipertahankannya sejak dahulu hingga sekarang, sedangkan Cantika menjadikan batu akik sebagai bagian dari identitasnya yang "tidak pernah lepas" sejak SMA, bahkan mengaku menangis ketika aksesoris tersebut hilang. Sementara itu, Vatikan menambahkan dimensi lain dalam pemakaian busana. Menurutnya, pemilihan celana *cutbray* (*bell bottom*) dan busana bergaya *androgini* tidak hanya dipengaruhi preferensi terhadap musik tertentu, tetapi juga didasarkan pada kesesuaian dengan anatomi tubuh. Ia menjelaskan bahwa model tersebut dipilih karena sesuai dengan postur tubuhnya yang kurus dan tinggi. Pertimbangan serupa juga digunakannya untuk membedakan individu yang dianggap menghayati suatu gaya secara autentik dengan mereka yang sekadar mengikuti tren tanpa mempertimbangkan proporsi tubuhnya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemilihan warna, aksesoris, maupun model busana tidak semata-mata merupakan keputusan estetis, melainkan strategi konotatif untuk mengomunikasikan identitas dan citra diri. Pada level mitos, pilihan-pilihan tersebut kemudian dinaturalisasi sebagai representasi yang dianggap selaras dengan "jiwa" atau

STUDIA KOMUNIKA

kepribadian pemakainya, sehingga seolah-olah terdapat hubungan yang alamiah antara objek yang dikenakan dan identitas individu.

Identitas yang Cair: Eksplorasi Lintas Skena

Hampir seluruh informan menolak untuk mengidentifikasi diri secara permanen pada satu aliran gaya berpakaian tertentu. Salma mengaku dirinya "belum mantap di salah satu *style*" dan memilih berpakaian sesuai suasana hati. Khafit menggambarkan kondisinya sebagai "krisis identitas" karena terus berpindah dari gaya yang eksperimental ke gaya yang lebih basic. Roro juga menegaskan bahwa dirinya "nggak terlalu berpatok sama satu *style*". Sementara itu, Cantika dan Anggun mengaku masih berada dalam tahap eksplorasi sehingga belum menemukan satu gaya yang benar-benar merepresentasikan diri mereka. Bagi Anggun, hanya riasan mata yang tetap konsisten menjadi ciri khasnya. Adit pun menyatakan bahwa pilihan berpakaianya "lebih tergantung mood aja".

Kecenderungan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa ISI Yogyakarta memaknai busana sebagai ruang untuk bereksperimen dan terus membangun identitas, alih-alih sebagai bentuk kepatuhan terhadap satu kode berpakaian atau identitas kelompok tertentu. Pada level mitos, terbentuk gagasan bahwa menjadi mahasiswa seni berarti berada dalam proses *becoming* atau terus-menerus "menjadi", bukan telah mencapai identitas yang final. Dengan demikian, proses pencarian dan perubahan identitas itu sendiri dinaturalisasi sebagai bagian yang melekat pada identitas seorang seniman.

Pergeseran Mitos "Anak ISI" Antargenerasi

Informan sepakat ada penanda visual yang membuat mahasiswa ISI Yogyakarta mudah dikenali, namun penanda ini bergeser dari waktu ke waktu. Agas membandingkan generasi terdahulu yang identik "punk banget, gondrong, nggak pernah mandi" dengan generasi sekarang yang "mulai ngerawat diri" namun tetap "lebih *eksperimental*, lebih berani". Roro dan Ryan turut memperkuat temuan ini dengan mengidentifikasi adanya dua generasi referensi dalam perkembangan gaya berpakaian mahasiswa. Generasi yang lebih lama dinilai banyak dipengaruhi oleh estetika *black metal*, sedangkan generasi yang lebih baru dipandang lebih serius dalam membangun penampilan serta lebih berani bereksplorasi dengan berbagai gaya. Meskipun demikian, keduanya juga mencatat bahwa sejumlah template visual masih tetap bertahan. Pada mahasiswa laki-laki, template tersebut ditandai oleh rambut gondrong, celana kargo, kaos band, tindikan, dan aksesoris berupa rantai. Sementara itu, pada mahasiswa perempuan, gaya yang dominan cenderung mengarah pada estetika gotik maupun penggunaan warna-warna yang lebih colorful. Ryan turut menegaskan adanya stereotip yang mengaitkan gaya berpakaian dengan identitas fakultas maupun institusi. Menurutnya, asal fakultas seseorang sering kali dapat dikenali hanya melalui cara berpakaian. Pengalaman tersebut juga pernah ia alami ketika berada di kota lain. Saat itu, orang yang belum mengenalnya langsung menebak bahwa ia merupakan "anak ISI Yogyakarta" hanya berdasarkan penampilannya, terutama karena memiliki gaya berpakaian yang dianggap khas.

Pergeseran mitos ini menunjukkan bahwa subkultur bukanlah struktur yang bersifat statis, melainkan terus mengalami proses negosiasi dan pembentukan ulang oleh para anggotanya. Keberanian untuk bereksperimen dalam berpenampilan tetap dipertahankan sebagai inti identitas mahasiswa ISI Yogyakarta. Namun, penanda-penanda visual yang tampak di permukaan, seperti tingkat kerapian dan perhatian terhadap kebersihan diri, terus mengalami penyesuaian seiring berkembangnya norma-norma perawatan diri dalam konteks masyarakat kontemporer.

Negosiasi antara Ekspektasi Keluarga dan Ruang Ekspresi Kampus

Busana mahasiswa ISI Yogyakarta menjadi arena negosiasi identitas yang berbeda-beda menurut konteks. Cantika dan Anggun menjelaskan adanya aturan berbeda antara ruang kelas

STUDIA KOMUNIKA

(misalnya prodi penciptaan musik yang mewajibkan kemeja), ruang penyajian yang lebih longgar, komunitas nonakademik seperti Aksaratala yang membuatnya "minder dan insecure" karena kesan "rapi dan pintar" para anggotanya, hingga acara formal seperti konser yang mengikuti aturan venue. Ia menegaskan bahwa "yang benar-benar membuatnya merasa harus menutup jati diri itu lebih ke keluarga, bukan kampus". Vatikan menyampaikan pola serupa bahwa ia "lebih berani" saat bersama teman atau di pesta, namun "nggak mungkin pakai dress" di depan keluarga. Roro dan Salma juga melaporkan pengalaman keluarga yang kurang mendukung gaya berpakaian mereka karena dianggap "bukan aku" dibanding citra Roro sebelum merantau. Secara konotatif, kampus ISI Yogyakarta berfungsi sebagai ruang yang memberikan legitimasi tambahan bagi eksplorasi visual, sedangkan keluarga dan sebagian komunitas nonakademik berfungsi sebaliknya, sebagai ruang yang menuntut penyesuaian. Pada level mitos, muncul konstruksi bahwa "diri yang sesungguhnya" berada di ruang kampus dan komunitas sebaya, sementara penyesuaian gaya di ruang lain dipahami informan bukan sebagai kepura-puraan, melainkan bentuk kedewasaan sosial dan penghormatan pada etika situasional.

Sumber Inspirasi: Dominasi Lingkungan Langsung atas Media Sosial

Beberapa informan sepakat bahwa inspirasi berpakaian paling kuat datang dari pengamatan langsung terhadap lingkungan sosial, bukan dari media sosial. Salma menegaskan bahwa "media cuma sebagai alatnya", sedangkan yang benar-benar mendorong eksplorasi gaya adalah interaksi nyata dengan lingkungan kampus dan skena musik. Roro menyebut sosok senior yang ia temui langsung sebagai inspirasi utama, dibandingkan referensi visual dari Pinterest yang menurutnya hanya berfungsi sebagai alat bantu. Vatikan menambahkan dimensi keluarga sebagai sumber eksposur artistik sejak kecil, kakek seorang penulis dan pemain saksofon, ibu seorang jurnalis dan kurator seni visual, yang menurutnya membentuk kepekaan estetikanya jauh sebelum memasuki ISI Yogyakarta, meski ia menegaskan titik balik gaya kontempornya justru terjadi lewat pengalaman konkret berburu satu celana cutbray di toko thrift kenalan keluarga. Secara konotatif, legitimasi sebuah gaya diperoleh melalui pengakuan dan interaksi sosial langsung, baik lewat senior, komunitas, maupun keluarga, bukan sekadar eksposur digital. Pada level mitos, otentisitas gaya dipercaya lahir dari pengalaman hidup nyata, sementara media sosial dinaturalisasi sebagai "alat" belaka yang derajat keotentikannya dianggap lebih rendah.

Fashion sebagai Branding Diri dan Self-Reward

Beberapa informan secara eksplisit mengaitkan pilihan busana dengan pembentukan citra diri, baik sebagai persiapan untuk kehidupan profesional maupun sebagai bentuk penghargaan terhadap diri sendiri. Khafit menjelaskan bahwa mahasiswa di lingkungannya selalu berusaha mencari dan memahami identitas diri, yang ia ungkapkan dengan pernyataan, "selalu nyari, kita ini sebenarnya kayak apa sih." Menurutnya, proses membangun personal branding menjadi penting karena berkaitan dengan arah karier kreatif yang ingin dikembangkan. Sejalan dengan itu, Anggun memaknai fashion sebagai "cara kita berkomunikasi, cara merespons sesuatu secara nonverbal dari diri kita," sehingga busana dipandang sebagai media untuk menyampaikan identitas dan nilai-nilai pribadi.

Sementara itu, Vatikan memberikan perspektif yang berbeda dengan memaknai fashion sebagai "hadiah untuk diri sendiri" atau self-reward. Baginya, berpakaian dengan baik merupakan bentuk penghargaan terhadap diri sendiri, yang berbeda dengan penampilannya ketika berada di rumah yang cenderung sederhana, seperti hanya mengenakan kaos dan celana pendek.

Secara konotatif, temuan ini menunjukkan bahwa fashion di kalangan mahasiswa seni berfungsi pada dua dimensi sekaligus, yaitu sebagai modal simbolik untuk membangun citra

STUDIA KOMUNIKA

profesional di industri kreatif dan sebagai praktik perawatan serta penghargaan terhadap diri sendiri. Pada level mitos, berkembang gagasan bahwa individu merupakan sebuah *self-as-brand* sekaligus *self-as-gift*, di mana penampilan dipahami sebagai representasi yang dianggap secara alamiah mencerminkan nilai, penghargaan, dan cara seseorang memandang dirinya sendiri.

Membedakan Otentisitas Subkultur dari Sekadar Mengikuti Tren (FOMO)

Temuan lain yang menarik adalah kemampuan para informan dalam membedakan individu yang dianggap benar-benar menjadi bagian dari suatu subkultur dengan mereka yang sekadar mengikuti tren (*fear of missing out* atau FOMO). Cantika dan Anggun menjelaskan bahwa seseorang yang benar-benar menjadi bagian dari suatu subkultur "tidak perlu menjelaskan dirinya, orang sudah paham sendiri". Sebaliknya, individu yang dinilai hanya mengikuti tren cenderung menunjukkan perilaku seperti sering membanggakan diri (*bragging*), mencari validasi dari orang lain, bersikap menggurui, serta mengenakan pakaian yang sebenarnya tidak membuatnya nyaman hanya demi menyesuaikan diri dengan tren yang sedang berkembang.

Pandangan tersebut sejalan dengan pendapat Vatikan, meskipun menggunakan indikator yang berbeda. Menurutnya, otentisitas tidak hanya ditentukan oleh kesukaan terhadap musik atau simbol-simbol subkultur, tetapi juga oleh kesesuaian gaya berpakaian dengan karakter dan anatomi tubuh pemakainya. Sebaliknya, individu yang hanya mengikuti tren cenderung meniru suatu gaya tanpa mempertimbangkan apakah gaya tersebut sesuai dengan proporsi tubuh maupun identitas dirinya.

Secara konotatif, otentisitas subkultural dimaknai melalui kealamian dalam berpenampilan, kenyamanan, serta kesesuaian antara gaya berpakaian dan identitas personal, bukan semata-mata melalui penggunaan atribut tertentu. Pada level mitos, berkembang keyakinan bahwa keanggotaan dalam subkultur yang "sejati" merupakan sesuatu yang melekat pada diri seseorang dan tidak perlu dibuktikan secara verbal maupun melalui demonstrasi atribut. Pemaknaan tersebut sekaligus berfungsi sebagai mekanisme informal *boundary-work*, yaitu proses yang digunakan untuk membedakan anggota yang dianggap autentik dengan mereka yang dipersepsikan hanya mengikuti tren di kalangan mahasiswa seni.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa busana mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta berfungsi sebagai kode visual yang bekerja pada tiga tingkatan makna. Pada tingkat denotasi, busana dipahami sebagai kumpulan elemen fisik yang dapat menandai afiliasi program studi. Pada tingkat konotasi, unsur-unsur seperti warna, aksesoris, dan kesesuaian busana dengan bentuk tubuh dimaknai sebagai representasi kepribadian dan identitas diri. Sementara itu, pada tingkat mitos, berkembang konstruksi kolektif mengenai sosok "anak ISI" yang terus mengalami perubahan antargenerasi, dari citra yang identik dengan pemberontakan menuju citra mahasiswa seni yang tetap kreatif, tetapi lebih rapi dan memperhatikan penampilan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa identitas yang dibangun melalui busana bersifat dinamis. Busana tidak hanya berfungsi sebagai sarana membangun personal branding dan bentuk *self-reward*, tetapi juga menjadi penanda yang secara informal membedakan anggota subkultur yang dianggap autentik dari mereka yang sekadar mengikuti tren. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa makna konotatif suatu kode visual tidak selalu dipahami secara sama oleh pemakai dan orang lain. Perbedaan tersebut terlihat pada kasus gaya androgini yang oleh sebagian orang disalahartikan sebagai penanda orientasi seksual,

STUDIA
KOMUNIKA

meskipun pemakainya memaknai gaya tersebut sebagai bentuk ekspresi estetis dan identitas diri.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa busana menjadi ruang negosiasi identitas yang terus berubah sesuai dengan konteks sosial, seperti di ruang kelas, komunitas nonakademik, lingkungan keluarga, maupun ruang publik. Proses pembentukan gaya berpakaian lebih banyak dipengaruhi oleh pengamatan langsung terhadap lingkungan sosial dan keluarga dibandingkan oleh media sosial.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pemetaan keberagaman skena berpakaian lintas program studi dalam satu institusi seni sebagai unit analisis semiotika. Temuan ini menunjukkan bahwa subkultur mahasiswa seni bukan merupakan satu kesatuan yang homogen, melainkan terdiri atas berbagai kelompok dengan kode-kode visual yang saling membedakan, saling berinteraksi, dan terus mengalami perubahan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan informan dari angkatan dan program studi yang lebih beragam secara sistematis, serta mengombinasikan analisis semiotika dengan analisis visual berbasis dokumentasi fotografi agar pembacaan terhadap tanda-tanda denotatif dan konotatif pada busana mahasiswa seni dapat dilakukan secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisyri, M., & Rahman, M. F. (2023). Motivasi Mahasiswa Universitas Fajar Dalam Memilih Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 9(1), 413–423. <https://doi.org/10.58258/jime.v9i1.4620>
- Cahyaningsih, R. O., & Dewi, D. K. (2019). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Konformitas dalam Gaya Berpakaian Pada Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Psikologi*, Volume 06, 1.
- Crane, D. (2012). *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*.
- Delvina Amelia Ramadhani, Shela Jenari Marbun, Apriliani Daely, Retno Angelica Aini, Nasywa Alysa Putri, M. Oky Fardian Ghafari, & Syairal Fahmy Dalimunthe. (2025). Representasi Identitas Budaya Melalui Busana dalam Kulturfest 2025 di Universitas Negeri Medan: Analisis Ikon, Indeks dan Simbol dalam Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 915–921. <https://doi.org/10.63822/br116d76>
- Entwistle, J. (2015). *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory*. John Wiley & Sons.
- Hadi, R., & Ritonga, M. H. (2023). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi PENGARUH FASHION TERHADAP PERUBAHAN GAYA KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL UINSU STAMBUK 2019 Abstrak Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*. 4(3), 1014–1023.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style*. Methuen.
- Munirah, Z., & Erianjoni, E. (2019). Culture & Society: Journal of Anthropological Research. *Culture & Society: Journal of Anthropological Research*, 1(1), 31–37.
- Mustikarani, T. D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Fashion Indonesia. *Warta ISKI*, 2(01), 8–18. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i01.23>
- Nabila, M. R. (2020). *Kredo 4 (2020) KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra FASHION SEBAGAI KOMUNIKASI: ANALISA SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA FASHION AGUS HARIMURTI YUDHOYONO (AHY): DALAM PEMILIHAN GUBERNUR JAKARTA*. 4(1), 217–218. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/kredo/index>

STUDIA KOMUNIKA

- Roland, B. (1968). *Elements of Semiology*. Hill and Wang.
- Salma, G., & Falah, A. M. (2023). Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dan Karakter Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 94–103. <https://doi.org/10.26742/atrat.v11i1.3197>
- Salsabila, V., Hafiar, H., & Sjoraida, D. F. (2021). Personal Branding Vegan Influencer di Instagram. *Avant Garde*, 9(1), 49. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1361>
- Syarafa, D. A., Adhrianti, L., & Sari, E. V. (2020). *Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu Dhimas Abdillah Syarafa , Lisa Adhrianti , Eka Vuspa Sari Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu Fashion as Communication of Social Identity of Social Sciences St. 4(2)*.
- Tyaswara, B., Rizkina Taufik, R., Suhadi, M., Danyati, R., & Bahasa Asing BSI Jakarta, A. (2017). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 3(September), 2579–3292.
- Umanailo. (2020). *Abstrak*. 22(1), 29–37.