

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan tren pakaian oversize juga dipengaruhi oleh industri mode dunia dan budaya pop yang banyak diminati oleh generasi muda. Brand fashion dari luar negeri maupun dalam negeri secara aktif membuat dan menjual produk oversize sebagai simbol kebebasan dalam berpenampilan serta kenyamanan. Generasi muda sebagai konsumen utama cenderung mengikuti tren yang dianggap mencerminkan nilai kebebasan, kreativitas, dan sikap yang menentang kemapanan. Hal ini sejalan dengan pendapat Deddy Mulyana (2018) yang menyatakan bahwa komunikasi nonverbal, termasuk cara berpakaian, merupakan simbol yang digunakan individu untuk menyampaikan pesan mengenai identitas, citra diri, serta bagaimana ia ingin dipersepsikan oleh orang lain. Dalam konteks ini, fashion tidak hanya dipahami sebagai kebutuhan estetis, tetapi juga sebagai sarana komunikasi simbolik yang memiliki makna sosial.

Popularitas pakaian oversize semakin meningkat seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial Platform digital seperti Instagram dan TikTok menjadi arena visual yang efektif untuk penyebaran tren fesyen melalui berbagai bentuk konten, termasuk outfit of the day (OOTD), rekomendasi gaya, dan penampilan figur publik. Melalui platform ini, gaya pakaian tidak sekedar dihadirkan tetapi juga diberi makna tertentu yang kemudian mempengaruhi dan diadopsi oleh penggunanya. Menurut Kamanto Sunarto (2014), dalam kehidupan sosial modern, individu cenderung menyesuaikan diri dengan kelompoknya melalui simbol-simbol sosial, termasuk gaya berpakaian, sekaligus berupaya menunjukkan perbedaan identitasnya. Fashion dalam hal ini menjadi bagian dari dinamika sosial yang terus berubah mengikuti interaksi dan struktur sosial masyarakat. Konsep ini tercermin dalam cara generasi muda mengadopsi gaya berpakaian oversize sebagai bagian dari interaksi sosial mereka.

Mahasiswa yang termasuk dalam generasi muda berada pada fase transisi yang ditandai dengan pencarian dan pengembangan jati diri. Pada tahap ini, individu cenderung menggunakan simbol-simbol sosial untuk menampilkan jati dirinya, salah satunya melalui pakaian. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik tetapi juga sebagai media

simbolis yang menyampaikan nilai-nilai, sikap, dan karakter pribadi pemakainya. Menurut Deddy Mulyana (2018), identitas diri dalam interaksi sosial dikomunikasikan melalui simbol-simbol verbal maupun nonverbal, termasuk penampilan fisik dan busana yang dikenakan individu. Simbol tersebut membantu membentuk persepsi orang lain terhadap diri seseorang. Selain itu, Alo Liliweri (2015) menjelaskan bahwa dalam komunikasi interpersonal, individu secara sadar maupun tidak sadar menampilkan citra diri tertentu untuk memperoleh pengakuan sosial di lingkungannya.

Dalam kehidupan mahasiswa, lingkungan kampus menjadi ruang sosial yang mendukung terjadinya interaksi intensif antar individu dengan latar belakang yang beragam. Kampus bukan hanya sekedar tempat untuk melakukan kegiatan akademis tetapi juga lingkungan sosial yang mempengaruhi budaya dan cara hidup mahasiswa. Sebagai salah satu universitas swasta di Jakarta, Universitas Nasional (UNAS) memelihara suasana kampus yang terbuka dan dinamis yang mendukung diversifikasi gaya hidup mahasiswa, khususnya dalam hal praktek berpakaian (Pugersari & Alfarisi, 2025).

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Nasional memiliki keterkaitan erat dengan kajian simbol, budaya, dan makna, dalam kehidupan sosial. Mahasiswa Ilmu Komunikasi dibekali pemahaman dasar mengenai proses komunikasi, termasuk komunikasi nonverbal. Oleh karena itu, fenomena gaya berpakaian di lingkungan jurusan ini menjadi relevan untuk diteliti dari perspektif Komunikasi. (Mulyana, 2018) menyatakan bahwa simbol-simbol nonverbal, termasuk pakaian, memiliki peran penting dalam proses pembentukan makna dan interaksi sosial.

Universitas Nasional
Jalan Sekeloa Selatan I
Depok, Jawa Barat 16115
1949

DAFTAR MAHASISWA AKTIF UNIVERSITAS
Thakad : 2022/2023 - Ganjil

Druck Tanggal : 25 February 2024 09:29

No.	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	3978
2	Ekonomi dan Bisnis	2142
3	Bahasa dan Sastra	1172
4	Hukum	734
5	Teatrik dan Sains	539
6	Tenologi Komunikasi dan Informatika	1084
7	Ilmu Kesehatan	992
8	Biologi dan Pertanian	445
9	Pasca Sarjana Ilmu Politik	160
10	Pasca Sarjana Manajemen	203
11	Pasca Sarjana Hukum	167
12	Pasca Ilmu Administrasi	195
13	Pasca Sarjana Biologi	43
14	S3-Ilmu Politik	43
15	Pasca Sarjana Teknologi Informatika	12
16	Pasca Sarjana Akuntansi	0
17	Pasca Sarjana Kebudayaan	0
18	S3 Manajemen	0
19	Pasca Sarjana Linguistik	0
20	Pasca Sarjana Sosiologi	0
21	Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi	0
22	Program Doktorat Hukum	0
23	Program Doktorat Administrasi Publik	0
Total Universitas		11909

Dipindai dengan CamScanner

Gambar 1.1 Data Jumlah Mahasiswa Aktif Universitas Nasional 2022-2023 Ganjil
(Sumber: Data Sekretariat FISIP Universitas Nasional)

Berdasarkan data Sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Nasional Tahun Akademik 2022/2023 Semester Ganjil, jumlah mahasiswa aktif Universitas Nasional tercatat sebanyak 11.909 mahasiswa, dengan 3.978 mahasiswa berada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Data tersebut memperlihatkan kontribusi besar FISIP terhadap keseluruhan populasi mahasiswa Universitas Nasional sebagai salah satu fakultas dengan jumlah mahasiswa aktif terbanyak. Banyaknya jumlah mahasiswa FISIP menunjukkan tingginya dinamika sosial dan keberagaman karakter di lingkungan fakultas, yang menjadi konteks penting dalam memahami perilaku dan ekspresi mahasiswa di dalamnya.

BAB III
LAPORAN KINERJA TAHUNAN PERIODE 2023/2024

Berikut gambaran kondisi Prodi Ilmu Komunikasi pada tahun akademik 2023/2024:

Komponen	2022/2023	2023/2024	Keterangan
Jumlah Mahasiswa Baru	729	327	Ada penurunan
Jumlah Mahasiswa Aktif	2292	1961	Ada penurunan
Jumlah DTPS	35	34	1 dosen pindah 1 dosen meninggal 2 dosen baru
Jumlah Dosen Tidak Tetap	7	3	
Jumlah Guru Besar	0	1	Ganjaril 2024/2025 pindah homebase
Jumlah Lektor Kepala	1	2	
Jumlah Lektor	12	13	
Jumlah Asisten Ahli	9	8	1 dosen naik Lektor
Jumlah Doktor S3	6	7	

Gambar 1.2 Laporan Kinerja Tahunan Ilmu Komunikasi 2023-2024

(Sumber: <https://ikom.fisip.unas.ac.id/wp-content/uploads/2025/01/LKT-Prodi-Sarjana-Ilmu-Komunikasi-rev-1.pdf>)

Sementara itu, berdasarkan Laporan Kinerja Tahunan FISIP Universitas Nasional Tahun Akademik 2022/2023, tercatat bahwa Program Studi Ilmu Komunikasi memiliki 729 mahasiswa aktif pada periode tersebut. Angka ini menunjukkan bahwa Ilmu Komunikasi merupakan salah satu program studi dengan populasi besar di lingkungan FISIP. Populasi ini memperlihatkan keberagaman latar belakang dan pola ekspresi mahasiswa yang kuat, terutama dalam hal cara berpakaian sebagai wujud ekspresi diri. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022, yang dianggap merepresentasikan generasi muda dengan keterbukaan terhadap budaya populer, tren fashion, dan media sosial. Fenomena penggunaan outfit oversize di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi menjadi relevan untuk diteliti karena menggambarkan hubungan antara identitas diri, ekspresi personal, dan komunikasi nonverbal dalam konteks interaksi sosial kampus Universitas Nasional yang dinamis.

Dalam perkembangan industri fashion global, trend pakaian oversize menjadi salah satu gaya yang mengalami peningkatan popularitas di kalangan generasi muda. Gaya oversize ditandai dengan potongan pakaian yang longgar, siluet yang lebih besar dari ukuran tubuh, serta kesan kasual dan santai. Dalam konteks fashion pria, tren ini berkembang sebagai bentuk redefinisi maskulinitas modern yang tidak lagi kaku dan

formal, melainkan lebih fleksibel, ekspresif, dan mengutamakan kenyamanan. Perkembangan ini juga dipengaruhi oleh budaya populer, streetwear, serta representasi visual di media sosial yang menampilkan gaya berpakaian longgar sebagai simbol kebebasan dan modernitas.

Dalam kehidupan mahasiswa, gaya berpakaian tidak lagi sekedar memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan telah menjadi bagian dari komunikasi nonverbal yang menyampaikan pesan tertentu mengenai identitas, nilai, dan sikap individu. Salah satu fenomena yang terlihat di lingkungan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 adalah penggunaan outfit oversize dalam aktivitas sehari-hari di kampus.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan secara langsung di lingkungan kampus, terlihat bahwa gaya berpakaian oversize cukup dominan digunakan oleh mahasiswa, baik laki-laki maupun perempuan. Penggunaan outfit oversize tampak dalam berbagai situasi, seperti saat mengikuti perkuliahan, berada di kantin, perpustakaan, maupun dalam kegiatan diskusi kelompok. Meskipun pengamatan ini bersifat kualitatif dan bukan data statistik resmi, temuan tersebut menunjukkan adanya kecenderungan pola berpakaian tertentu yang berkembang dalam komunitas mahasiswa.

Fenomena ini dapat dipahami melalui perspektif konstruksi sosial media. Menurut Burhan Bungin (2011), media massa dan media sosial berperan dalam membentuk realitas sosial melalui proses konstruksi yang terus-menerus. Paparan visual terhadap tren fashion di media sosial, seperti Instagram dan TikTok, memungkinkan terbentuknya preferensi gaya berpakaian tertentu di kalangan generasi muda. Dalam konteks ini, outfit oversize tidak hanya dipilih karena faktor kenyamanan, tetapi juga karena pengaruh representasi visual yang dikonstruksi sebagai simbol gaya hidup modern, santai, dan ekspresif.

Secara konseptual, outfit oversize merujuk pada pakaian dengan potongan longgar yang memberikan kesan santai dan nyaman. Namun, dalam konteks kehidupan kampus, maknanya menjadi lebih kompleks. Bagi sebagian mahasiswa, gaya berpakaian ini merepresentasikan kebebasan berekspresi, rasa percaya diri, serta sikap non-formal yang sesuai dengan karakter generasi muda. Dalam perspektif komunikasi nonverbal, pakaian berfungsi sebagai simbol yang mengandung pesan sosial dan dapat memengaruhi persepsi orang lain terhadap pemakainya.

Pemaknaan terhadap outfit oversize tidak bersifat tunggal. Setiap mahasiswa memiliki latar belakang, pengalaman, serta motivasi yang berbeda dalam memilih gaya berpakaian tersebut. Ada yang menggunakannya sebagai bentuk mengikuti tren, ada pula yang memaknainya sebagai simbol penerimaan diri dan kenyamanan personal. Variasi pemaknaan ini menunjukkan bahwa fenomena outfit oversize tidak dapat dipahami semata-mata sebagai trend fashion, melainkan sebagai proses komunikasi simbolik yang sarat makna subjektif.

Dalam kajian Ilmu Komunikasi, pakaian dipahami sebagai bagian dari sistem tanda dalam komunikasi nonverbal. Makna yang muncul dari suatu simbol dibentuk melalui interaksi sosial dan pengalaman individu dalam konteks tertentu. Oleh karena itu, penggunaan outfit oversize di lingkungan Universitas Nasional dapat dipahami sebagai hasil konstruksi makna yang terbentuk melalui interaksi mahasiswa dalam komunitas akademik.

Penelitian mengenai fashion di kalangan generasi muda memang telah banyak dilakukan. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada tren fashion secara umum dan belum secara spesifik mengkaji makna penggunaan outfit oversize sebagai bentuk ekspresi diri dalam konteks lingkungan kampus tertentu. Kajian yang secara kontekstual meneliti fenomena ini di Universitas Nasional, khususnya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022, masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu dieksplorasi lebih lanjut.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 dipilih sebagai subjek penelitian karena berada pada fase transisi menuju kedewasaan awal, pencarian dan pembentukan identitas diri menjadi proses yang penting. Selain itu, latar belakang akademik dalam bidang komunikasi memungkinkan mereka memiliki kesadaran tertentu terhadap simbol dan makna dalam interaksi sosial. Hal ini menjadikan kelompok tersebut relevan untuk diteliti dalam memahami bagaimana outfit oversize dimaknai sebagai bentuk ekspresi diri.

Dalam penelitian ini, penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2022). Kriteria utama informan adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2022 yang secara konsisten menggunakan outfit oversize dalam aktivitas perkuliahan sehari-hari.

Dari hasil peninjauan awal, diperoleh lima informan laki-laki yang memenuhi kriteria tersebut, terdiri dari tiga informan utama dan dua informan pendukung.

Fokus penelitian pada informan laki-laki dilakukan secara sadar dengan pertimbangan akademik bahwa fenomena penggunaan outfit oversize di kalangan pria merepresentasikan perubahan pola ekspresi maskulinitas di lingkungan kampus, di mana busana longgar tidak lagi dipandang sekadar sebagai pilihan kenyamanan, tetapi juga simbol kebebasan ekspresi dan penolakan terhadap norma penampilan formal. Berdasarkan data demografis, seluruh informan berusia antara 21–23 tahun, merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, dan berdomisili di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya. Keberagaman latar belakang aktivitas mereka—mulai dari mahasiswa akademis, pekerja lepas di industri kreatif, hingga penggiat komunitas kampus—menjadikan informan ini relevan untuk mewakili variasi pengalaman dalam memahami makna penggunaan outfit oversize sebagai ekspresi diri di lingkungan kampus Universitas Nasional.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna penggunaan outfit oversize sebagai bentuk ekspresi diri di kalangan mahasiswa Universitas Nasional, dengan fokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022. Pendekatan kualitatif digunakan agar makna subjektif yang dimiliki mahasiswa dapat digali secara mendalam dan kontekstual. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi nonverbal serta memperkaya literatur mengenai ekspresi diri melalui simbol berpakaian di lingkungan pendidikan tinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Makna Penggunaan Outfit Oversize pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Makna Penggunaan Outfit Oversize pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2022

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan dan fokus penelitian mengenai makna penggunaan outfit oversize sebagai ekspresi diri anak muda di lingkungan Universitas Nasional Jurusan Ilmu

Komunikasi angkatan 2022, peneliti ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi perkembangan ilmu Komunikasi, khususnya terkait Makna Outfit Oversize sebagai Ekspresi Diri Anak Muda di lingkungan Universitas Nasional Jurusan Ilmu Komunikasi Tahun 2022.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis yang signifikan terhadap penelitian Makna Outfit Oversize sebagai Ekspresi diri Anak Muda di lingkungan Universitas Nasional Jurusan Ilmu Komunikasi Tahun 2022.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini dirancang untuk menyajikan gambaran yang jelas mengenai tahapan dan alur pembahasan penelitian, sehingga membantu pembaca dalam memahami isi skripsi secara runtut dan sistematis. Struktur tesis ini diuraikan sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian dengan menjelaskan fenomena penggunaan pakaian kebesaran sebagai bentuk ekspresi diri siswa. Selain itu juga memaparkan rumusan masalah, tujuan penelitian, makna penelitian, dan organisasi tesis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengulas teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian, antara lain komunikasi nonverbal, ekspresi diri, identitas, dan fashion sebagai bentuk komunikasi simbolik. Selain itu, membahas penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, menyajikan kerangka konseptual, dan menguraikan fokus penelitian yang menjadi dasar analisis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci metode penelitian yang digunakan, mencakup paradigma dan pendekatan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, jenis data, teknik pemilihan informan, teknik analisis data, serta teknik keabsahan data. bab ini bertujuan

untuk memberikan gambaran mengenai prosedur penelitian yang ditempuh secara sistematis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh melalui proses pengumpulan data di lapangan. Hasil tersebut selanjutnya dianalisis dan dibahas dengan mengaitkan pada teori dan konsep yang relevan guna menjelaskan makna penggunaan outfit oversize sebagai ekspresi diri mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2022.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan yang diambil dari temuan dan pembahasan penelitian. Selain itu, buku ini juga menawarkan rekomendasi akademis dan praktis bagi pemangku kepentingan terkait serta untuk penelitian di masa depan.

