



Gaya Hidup Konsumtif Dalam Tren Fashionable Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau

Tri Amanda, Risdhayati

Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau,
Pekanbaru, Riau, Indonesia

Abstrak

Received: 19 Januari 2026

Revised: 29 Januari 2026

Accepted: 9 Februari 2026

Keywords:

(*) Corresponding Author: tryamanda03@gmail.com
risdayati@lecturer.unri.ac.id

How to Cite: Amanda, T., & Risdhayati, R. (2026). Gaya Hidup Konsumtif Dalam Tren Fashionable Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(7.D), 234-246. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/14768>.

PENDAHULUAN

Universitas adalah institusi pendidikan tinggi yang menyelenggarakan program lanjutan setelah jenjang pendidikan menengah, mencakup tingkat diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor. Para siswa yang ada di dalamnya biasa disebut dengan mahasiswa. Status sebagai mahasiswa diberikan kepada individu yang sedang mengikuti program pendidikan tingkat lanjut atau mengejar pengetahuan di dunia pendidikan tinggi (Lastary & Rahayu, 2018).

Menurut Sarlito (dalam Suryana et al., 2022) masa peralihan ini umumnya terjadi antara usia 17 hingga 22 tahun, yang merupakan tahap transisi dari remaja menuju dewasa awal. Sebagai generasi penerus bangsa, mahasiswa diharapkan memiliki kompetensi, keterampilan, dan karakter yang baik agar dapat menjadi pemimpin yang siap berkontribusi di masa depan (Pertiwi et al., 2021).

Faktanya mahasiswa pada saat ini lebih mengutamakan penampilan fisik seperti berpakaian yang matching atau fashionable. Mereka lebih mementingkan hal-hal seperti ini, sebagai individu yang menyandang status mahasiswa yaitu gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan opini (Kotler & Keller, 2009). Mowen (dalam Tae & Bessie, 2021) menambahkan bahwa gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya yang disebut dengan perilaku konsumtif. Dengan kemajuan teknologi juga memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam menunjang gaya hidup, pada saat ini coffeshop pun menjadi alternatif bagi mahasiswa untuk berkumpul tanpa melakukan kegiatan akademis.

Mahasiswa pada saat ini mulai mengalami berbagai perubahan pada aspek akademik dan sosial termasuk ketertarikan mengikuti gaya atau tren khususnya

fashion. Masa ini menjadi waktu eksplorasi, di mana individu memiliki kesempatan untuk mencoba berbagai hal baru, termasuk dalam mengadopsi gaya fashion tertentu yang dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka (Prakosa & Handoyo, 2023). Tren dalam menunjang penampilan merujuk pada pola berbusana dan cara seseorang mengekspresikan diri melalui fashion, aksesoris, serta pilihan estetika yang sesuai dengan preferensi pribadi dan perkembangan mode (Sakinah & Nanda, 2022).

Mowen (dalam Tae & Bessie, 2021) menambahkan bahwa tren dalam berpenampilan juga mencerminkan bagaimana seseorang mengalokasikan waktu dan sumber daya finansialnya, yang sering kali berkaitan dengan gaya hidup konsumtif. Berbagai macam tren fashion menyebabkan tingginya budaya konsumsi pada kalangan mahasiswa sebagai bentuk alat untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan gaya hidup yang konsumtif.

Fashionable yaitu kecenderungan untuk mengikuti tren mode dalam berpenampilan. Fashion dalam bahasa Inggris berarti mode atau kebiasaan, mengacu pada cara berpakaian yang populer pada suatu waktu tertentu dan menjadi ekspresi diri individu (Surya Ramadiansyah & Chaerowati, 2021). Fashion juga dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi nonverbal, di mana seseorang berusaha berinteraksi dengan orang lain melalui pilihan pakaian atau gaya berbusana mereka, yang secara jelas menunjukkan ekspresi komunikasi nonverbal melalui fashion (Hadi & Ritonga, 2023). Dalam konteks kehidupan sosial, cara seseorang berbusana tidak hanya mencerminkan preferensi pribadi, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi diri serta bagaimana individu dipandang oleh orang lain. Penampilan yang sesuai dengan tren mode sering kali dianggap sebagai cerminan kepribadian dan status sosial, sehingga mendorong banyak individu untuk lebih memperhatikan gaya berpakaian mereka.

Berpenampilan modis sering kali dikaitkan dengan peningkatan rasa percaya diri dan identitas diri. Konsep diri mengacu pada bagaimana individu memandang dirinya sendiri, sedangkan harga diri mencerminkan evaluasi subjektif terhadap konsep diri tersebut (Lastary & Rahayu, 2018). Berpenampilan fashionable juga meningkatkan tingkat kepercayaan diri dan membentuk identitas diri. Konsep diri adalah persepsi individu tentang diri mereka sendiri, mencakup atribut pribadi dan peran yang mereka jalani. Konsep diri ini adalah gambaran diri yang netral, tanpa melibatkan penilaian positif atau negatif. Sementara itu, harga diri (self-esteem) adalah evaluasi subyektif terhadap konsep diri tersebut, yang mencerminkan tingkat kepuasan individu terhadap gambaran dirinya.

Dalam berpenampilan modis, konsep diri berperan penting dalam bagaimana seseorang memilih dan mempertahankan dirinya melalui pakaian dan gaya. Individu dengan konsep diri yang kuat dan jelas akan memiliki pemahaman yang baik tentang gaya fashion apa yang sesuai dengan kepribadian dan nilai-nilai mereka. Mereka cenderung lebih percaya diri dalam bereksperimen dengan berbagai gaya dan tren, karena mereka memiliki keyakinan yang kuat tentang siapa diri mereka dan apa yang ingin mereka komunikasikan melalui penampilan mereka (Lastary & Rahayu, 2018).

Dalam hal ini, mahasiswi FISIP UNRI turut berkontribusi dalam kehidupan kampus, membawa perspektif unik dalam berbagai diskusi akademik, kegiatan organisasi, serta interaksi sosial yang berlangsung di lingkungan universitas.

Memahami karakteristik kehidupan mereka, termasuk preferensi dan perilaku konsumsi, menjadi penting untuk memberikan dukungan yang relevan dan merancang program yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Status dan tempat tinggal mahasiswi juga dapat mempengaruhi gaya hidup konsumtif mereka. Mahasiswi yang tinggal di kos memiliki lebih banyak kebebasan dalam mengatur keuangan mereka, tetapi juga lebih rentan terhadap tekanan teman sebaya dan godaan belanja pakaian yang akan digunakan ke kampus. Sementara itu, mahasiswi yang tinggal bersama orang tua mungkin memiliki anggaran yang lebih terbatas, tetapi juga mendapatkan pengawasan dan dukungan yang dapat membantu mereka mengendalikan pengeluaran.

Di FISIP sendiri, terdapat banyak tingkatan kondisi ekonomi pada setiap mahasiswi, mulai dari rendah, menengah, hingga tinggi. Kondisi ekonomi juga mempengaruhi bagaimana mahasiswi berpenampilan ke kampus. Bagi mahasiswi yang tingkat ekonominya tinggi, mereka cenderung berpenampilan fashionable. Namun, ada juga mahasiswi dengan tingkat ekonomi yang rendah yang memaksakan diri untuk berpenampilan fashionable demi diakui keberadaannya. Pada mahasiswi FISIP UNRI, fenomena gaya hidup konsumtif dalam tren fashionable dapat dijelaskan melalui teori konsumerisme, di mana mahasiswi tidak hanya membeli pakaian untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri dan pencapaian status sosial. Mereka cenderung berpenampilan dengan menggunakan barang-barang fashion bermerek mahal dan eksklusif seperti tas Hermes, baju LV, dan merek branded lainnya, meskipun pembelian dan pemakaian barang-barang tersebut seringkali tidak sesuai dengan kebutuhan nyata dan keadaan ekonomi mereka. Dalam observasi yang dilakukan peneliti, Mahasiswi FISIP UNRI cenderung konsumtif karena mereka melakukan pembelian fashion dengan merek-merek mahal secara terus menerus dan bahkan terkadang memaksakan diri untuk melakukannya.

Fenomena fashionable di FISIP sangat menarik untuk dibahas, karena mahasiswi yang berpenampilan fashionable lebih mencolok dibandingkan mahasiswi lainnya, terutama pada mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi dan Pariwisata. Mereka cenderung lebih menonjol dan berbeda dari mahasiswi jurusan lain. Hal ini juga berkaitan dengan alasan mengapa mahasiswi tersebut berani tampil berbeda dan bagaimana fenomena fashionable menjadikan mereka memiliki gaya hidup konsumtif.

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini akan membahas tentang fenomena fashionable yang menjadikan mahasiswi memiliki gaya hidup yang konsumtif. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini akan menggali lebih dalam motivasi, pola pikir, serta faktor-faktor penyebab konsumerisme pada fenomena fashionable dengan menarik judul **“GAYA HIDUP KONSUMTIF DALAM TREN FASHIONABLE STUDI KASUS PADA MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU”**

LANDASAN TEORI

Teori Simulacra

Jean Baudrillard, seorang filsuf dan sosiolog asal Prancis, mengemukakan teori simulacra dan simulasi sebagai kerangka untuk memahami fenomena

masyarakat postmodern, di mana simbol dan citra menjadi lebih dominan daripada kenyataan yang sesungguhnya. Ia menjelaskan bahwa simulacra adalah tiruan yang tidak lagi memiliki referensi terhadap realitas aslinya, sehingga melahirkan kondisi hiperrealitas. Dalam keadaan ini, masyarakat lebih mempercayai representasi daripada fakta konkret, karena simbol-simbol telah menggantikan kenyataan itu sendiri (Baudrillard, 1983). Hiperrealitas ini tercermin pada perilaku mahasiswi FISIP UNRI yang lebih menekankan pada citra fashionable melalui penggunaan pakaian dan aksesoris bermerek, sebagai bentuk pencitraan status sosial dan representasi kekinian.

Dalam masyarakat postmodern, simbol menjadi alat komunikasi sosial yang sangat penting dan menjadi sarana untuk menyampaikan makna, termasuk identitas dan status sosial. Dalam konteks penelitian ini, merek fashion berfungsi sebagai simbol yang menunjukkan posisi sosial tertentu di lingkungan kampus. Baudrillard menegaskan bahwa tanda terdiri dari tiga elemen utama: penanda, yaitu elemen visual seperti logo; petanda, yakni makna yang diasosiasikan dengan penanda tersebut; dan ditanda, yaitu cara individu menanggapi atau menginterpretasikan simbol itu dalam kehidupan sosial mereka. Sebagai contoh, logo merek pakaian yang dikenakan oleh mahasiswi FISIP UNRI menjadi penanda atas status tertentu, yang bisa dimaknai sebagai simbol keberhasilan atau sekadar bentuk pamer (Baudrillard dalam Bakti et al., 2019). Perbedaan interpretasi ini memperlihatkan bahwa makna simbolik bersifat relatif, tergantung pada konteks sosial dan pemahaman masing-masing individu.

Konsumsi dalam masyarakat postmodern telah bergeser dari orientasi pada nilai guna menuju nilai simbolik. Baudrillard (2004) mengemukakan bahwa dalam masyarakat yang dikendalikan oleh citra dan media, individu lebih tertarik pada makna simbolis dari suatu barang dibandingkan dengan kegunaan praktisnya. Barang-barang dikonsumsi bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan untuk mengekspresikan identitas sosial. Mahasiswi FISIP UNRI menunjukkan pola konsumsi yang berfokus pada nilai tanda, seperti membeli pakaian bermerek atau mengikuti tren fashion, bukan semata karena kebutuhan, melainkan demi menjaga citra dan prestise. Konsumsi ini menjadi sarana untuk mempertunjukkan diri dan membangun identitas sosial yang diakui oleh lingkungan. Sebagaimana dijelaskan oleh Oktavianingtyas et al. (2021), dalam masyarakat modern identitas semakin ditentukan oleh pola konsumsi, bukan oleh nilai-nilai tradisional.

Hasil penelitian Noviana (2023) menunjukkan bahwa tren fashion dan gaya hidup fashionable mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Media sosial seperti Instagram dan TikTok memperkuat budaya konsumsi melalui konten dari para influencer yang menampilkan gaya hidup mewah. Hal ini menimbulkan fenomena fear of missing out (FOMO), di mana mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif untuk tetap terlihat mengikuti perkembangan tren. Barang-barang dibeli tidak berdasarkan kebutuhan aktual, tetapi karena dorongan untuk tidak merasa tertinggal. Dalam hal ini, konsumsi fashion menjadi sarana untuk membangun eksistensi diri di dunia maya, yang selaras dengan pendapat Arvidsson (2005) bahwa konsumsi tidak sekadar aktivitas ekonomi, tetapi merupakan praktik pembentukan identitas yang terus diperbarui dalam ruang digital.

Teori simulacra dan simulasi memberikan landasan yang kuat untuk menelaah gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswi FISIP UNRI. Nilai guna dari pakaian seringkali dikalahkan oleh nilai tanda yang melekat padanya. Mahasiswi lebih memprioritaskan merek dan estetika daripada fungsi praktis, demi memperoleh pengakuan sosial. Dalam pandangan Baudrillard, konsumsi bergeser menjadi aktivitas simbolik yang bertujuan untuk menciptakan makna. Mahasiswi yang membeli barang replika dari merek ternama pun menunjukkan bahwa makna simbolik lebih penting daripada orisinalitas produk, karena yang diincar bukan barangnya, melainkan citra sosial yang ditampilkan (Baudrillard, 1998).

Selain itu, menurut Oktavianingtyas et al. (2021), budaya konsumtif berkembang seiring dengan pembangunan kota-kota besar yang menjadi ruang konsumsi utama bagi kelas menengah baru. Pencitraan yang dikembangkan oleh industri desain mendorong individu untuk terus menginginkan hal-hal baru, meskipun tidak berkaitan dengan kebutuhan nyata. Hal ini menciptakan kondisi di mana komoditas tidak lagi mencerminkan kebutuhan, melainkan menjadi simbol dalam permainan kekuasaan simbolik yang tak kasat mata. Dalam masyarakat seperti ini, konsumsi menjadi bentuk baru dari mekanisme penindasan melalui citra.

Secara keseluruhan, pendekatan teoritis dari Baudrillard membantu menguraikan dinamika sosial mahasiswi FISIP UNRI yang terjebak dalam permainan citra, status, dan simbol melalui tren fashion. Identitas mereka tidak lagi dibentuk semata oleh pengalaman langsung, melainkan melalui interaksi yang kompleks dengan simbol-simbol sosial. Fashion menjadi arena tempat pertukaran makna berlangsung, sekaligus sebagai alat untuk memperoleh eksistensi sosial. Dengan demikian, realitas sosial yang terbentuk bukan lagi realitas objektif, melainkan hasil konstruksi simbolik yang membentuk cara berpikir dan bertindak para individu dalam dunia yang semakin terfragmentasi dan terhubung.

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yang dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subyek dan obyek penelitian. Pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan dan menyampaikan fakta-fakta dengan jelas dan teliti. Berkaitan dengan penelitian ini, pendekatan deskriptif dianggap paling sesuai karena penulis ingin mendeskripsikan masalah “Gaya hidup konsumtif dalam tren fashionable studi kasus pada mahasiswi FISIP UNRI”

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau Kampus Bina Widya Kilometer. 12,5, Simpang Baru, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28293. Penelitian ini dilakukan di fakultas FISIP UNRI karena jumlah mahasiswa di universitas riau mencapai lebih dari 30 ribu mahasiswa dan pada fakultas fisip terdapat banyak mahasiswa dan mahasiswi yang berpenampilan tidak biasa atau mengikuti tren fashionable, dan pada penelitian ini peneliti akan fokus meneliti mahasiswi fisip.

Subjek utama dalam penelitian ini adalah mahasiswi FISIP UNRI berjumlah 4 orang, dengan 3 informan utama dan satu key informan. Pemilihan subjek penelitian menggunakan teknik accident sampling yaitu peneliti menentukan

informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian pada saat berada dilokasi penelitian.

Data primer adalah data langsung yang menyangkut tentang informasi dari subjek penelitian tentang gaya hidup konsumtif. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara menggali sumber asli secara langsung melalui informan. Perolehan data juga didapat peneliti melalui pengamatan langsung di lapangan sehingga peneliti juga dapat memperkuat data yang diperoleh dari informan dengan apa yang diamatinya secara langsung. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah seluruh informasi yang di dapat langsung dari mahasiswi FISIP UNRI. Data sekunder merupakan sumber data tidak langsung yang mampu memberikan data tambahan serta penguat terhadap data penelitian ini. Sumber data sekunder ini diperoleh melalui dokumentasi dan studi kepustakaan dengan bantuan buku, jurnal, dan sumber-sumber yang relevan.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data *accident sampling* yaitu dengan cara memilih secara langsung subjek penelitian saat berada dilokasi penelitian, maka peneliti akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang diterapkan. Penelitian ini menggunakan sumber data secara lisan dan tulisan, sehingga dalam penelitian ini teknik pengumpulan data.

Triangulasi data merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data melalui penggabungan berbagai sumber, metode, atau sudut pandang. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan triangulasi metode dan triangulasi sumber. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan informasi atau data melalui pendekatan yang berbeda, misalnya dengan mencocokkan pernyataan mahasiswi saat wawancara dengan temuan dari hasil observasi. Sementara itu, triangulasi sumber diterapkan dengan membandingkan serta memverifikasi tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui instrumen dan waktu yang berlainan, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara mahasiswi secara berkelompok dengan hasil wawancara yang dilakukan secara individual.

Teknik analisis data dilakukan pada waktu peneliti berada di lapangan maupun setelah kembali dari lapangan. Analisis data dilakukan setelah dilaksanakan proses pengumpulan data. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Proses penganalisaan data ini akan terus dilakukan sampai dengan memperoleh data jenuh. Kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru (Huberman, A.Miles, 2012).

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Riwayat dan Latar Belakang FISIP UNRI

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik didirikan bersamaan dengan berdirinya Universitas Riau di Pekanbaru. Berdasarkan Surat Keputusan Yayasan Universitas Riau No. 02/KPTS/JUR/62 tanggal 25 September 1962 yang diperkukuh oleh Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan No. 123 tanggal 20 September 1963 yang berlaku sejak tanggal 1 Oktober 1963.

Pada saat berdirinya bernama Fakultas Ketatanegaraan dan Ketatanagaan (FKK). Kemudian berubah menjadi Fakultas Sosial dan Politik atau disingkat Fakultas Sospol yang terdiri dari dua jurusan, yaitu Jurusan Administrasi Negara dan Jurusan Administrasi Niaga. Perkembangan selanjutnya berdasarkan hasil Keputusan rapat Senat Universitas Riau No. 2217/J22.H/Q/1997 tertanggal 6 September 1997 disetujui pembukaan Program Ekstensi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Selanjutnya dengan Surat Persetujuan Senat Universitas Riau No. 150/J19/Senat/2000 tertanggal 8 Maret 2000 telah disepakati pembentukan Program Studi Ilmu Hukum; dengan Surat Persetujuan Senat Universitas Riau No. 607/J19/Senat/2000 tertanggal 8 Maret 2000 telah disetujui pembentukan Program Studi Ilmu Komunikasi dan Program Studi Manajemen Pariwisata.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Jurusan atau Program Studi saat ini:

1. Jurusan Hubungan Internasional
2. Jurusan Sosiologi dengan Program Studi Sosiologi.
3. Jurusan Ilmu Pemerintahan dengan Program Studi Hubungan Internasional. Jurusan ini memiliki 5 bidang kajian yaitu: Pembangunan Politik, Etika Pemerintahan, Pemerintahan dan Politik Lokal, Pemikiran-Pemikiran Politik, Komunikasi Pemerintahan.
4. Jurusan Administrasi Publik
5. Jurusan Administrasi dengan Program Studi Administrasi Bisnis
6. Jurusan Ilmu Komunikasi
7. Jurusan Pariwisata

Pendidikan Tinggi yang telah dilaksanakan di Universitas Riau merupakan sub sistem Pendidikan Nasional. Hal ini telah dituangkan dalam UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas manusia Indonesia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. Sejalan dengan itu, Pendidikan Tinggi terus dibina dan dikembangkan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan profesional yang tanggap terhadap berbagai kebutuhan pembangunan serta mampu menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkaya khasanah kebutuhan Nasional.

Universitas Riau sebagai salah satu lembaga Pendidikan Tinggi yang telah lama berkiprah dalam pengembangan sumber daya manusia di Riau sejak 1 Oktober 1962, dituntut untuk lebih aktif menyelenggarakan proses belajar mengajar, baik secara swadana maupun swakeloa agar mampu menjalankan fungsinya menyiapkan anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan profesional. Hanya saja karena dibatasi oleh ketentuan-ketentuan yang diatur oleh pemerintah, maka jumlah anggota masyarakat yang dapat diterima dan berkesempatan mengikuti pendidikan relatif terbatas. Menyadari kondisi yang demikian, maka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau merasa berkewajiban dan bertanggung jawab untuk menampung aspirasi dan kebutuhan pendidikan lanjutan bagi anggota masyarakat yang ada di daerah Riau dan daerah sekitarnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Perilaku Fashionable

Perilaku fashionable di kalangan mahasiswi FISIP UNRI tidak dapat dipahami secara sederhana hanya sebagai pilihan gaya berpakaian, tetapi merupakan hasil dari interaksi kompleks antara faktor internal yang melekat pada diri individu dan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan sosial, media, maupun budaya kampus. Analisis terhadap keempat informan (tiga informan utama dan satu key informan) memperlihatkan bahwa keputusan mahasiswi untuk tampil modis dipengaruhi oleh konsep diri, pengalaman personal, serta kepribadian masing-masing, yang kemudian diperkuat atau bahkan ditekan oleh pengaruh teman sebaya, media sosial, serta standar yang terbentuk di lingkungan kampus.

Informan Pertama bernama Dhiya Auliah, mengungkapkan bahwa penampilan baginya merupakan wujud harga diri dan representasi identitas personal. Penampilan yang rapi bukan sekadar soal estetika, melainkan menjadi cara untuk membangun kesan awal yang dianggap penting dalam interaksi sosial di lingkungan kampus. Konsep diri yang menuntut dirinya untuk tampil “layak dilihat” mendorong keputusan fashion yang konsisten setiap hari. Dalam perspektif Baudrillard, tindakan ini menggambarkan bagaimana individu menggunakan fashion sebagai bentuk komunikasi simbolik untuk menunjukkan siapa dirinya di hadapan orang lain.

Informan Kedua bernama Syahanaya Putri Ayuni, mengungkapkan bahwa outfit memiliki pengaruh langsung terhadap kepercayaan diri dan kondisi psikologisnya. Meski sering terpapar tren dari media sosial, Syahanaya memilih inspirasi fashion dari Pinterest karena dianggap lebih sesuai dengan gambaran dirinya. Ia juga mencontohkan kekagumannya terhadap figur publik Saputri yang mampu memadukan gaya feminim, casual, dan boyish, bukan karena mengikuti tren, tetapi karena gaya tersebut sesuai dengan identitas yang ingin ia tampilkan. Dalam kerangka teori Baudrillard, pilihan ini menunjukkan bahwa individu mengonsumsi fashion bukan hanya karena objeknya, tetapi karena tanda dan makna yang melekat pada gaya tersebut, yang kemudian dipadukan dengan konsep diri.

Informan Ketiga bernama Fadila Putri Izzatin, mengungkapkan bahwa keinginan menjadi pusat perhatian menunjukkan bahwa fashion baginya berfungsi sebagai medium untuk menonjolkan dirinya di lingkungan kampus. Ia menambahkan bahwa tampil rapi membuatnya lebih bersemangat mengikuti perkuliahan.

Hal ini menegaskan bahwa fashion menjadi strategi simbolik untuk meningkatkan rasa percaya diri sekaligus membangun citra diri yang ingin ditampilkan. Jika dilihat melalui teori Baudrillard, tindakan Fadila memperlihatkan bagaimana individu menggunakan fashion sebagai tanda untuk memperoleh pengakuan sosial dan membentuk identitas melalui tampilan luar.

Secara keseluruhan, konsep diri menjadi faktor internal utama yang memengaruhi perilaku fashionable mahasiswi FISIP UNRI. Fashion tidak hanya dilihat sebagai pilihan estetis, tetapi sebagai representasi identitas diri yang ingin ditunjukkan kepada lingkungan kampus. Sejalan dengan teori Baudrillard, fashion berfungsi sebagai sistem tanda yang digunakan individu untuk menyampaikan citra diri, memperoleh validasi, serta menegaskan posisi simboliknya dalam lingkungan sosial.

Penjelasan ini menunjukkan bahwa budaya kampus menciptakan tekanan simbolik yang mendorong mahasiswa untuk menjaga penampilan secara konsisten. Dalam perspektif Baudrillard, perilaku ini merupakan upaya mempertahankan citra diri melalui simbol fashion yang terus diperbarui agar tetap sesuai dengan standar kelompok.

Dapat dipahami bahwa perilaku fashionable mahasiswi FISIP UNRI terbentuk melalui interaksi antara motivasi pribadi dan tekanan sosial. Konsep diri, pengalaman, dan karakter pribadi menjadi fondasi internal, sementara circle pertemanan, media sosial, dan budaya kampus berfungsi sebagai penguat eksternal yang membentuk pola berbusana mereka. Mengacu pada teori konsumsi simbolik Jean Baudrillard, fashion tidak sekadar persoalan selera, tetapi merupakan simbol identitas dan status yang dinegosiasikan melalui interaksi sosial dan budaya. Dengan demikian, penampilan menjadi medium penting bagi mahasiswi untuk membangun citra diri, memperoleh pengakuan, serta menegosiasikan posisi sosial di lingkungan kampus.

Tren Fashionable di Kalangan Mahasiswi

Tren fashionable di kalangan mahasiswi FISIP UNRI merujuk pada pola gaya berpakaian dan penampilan yang berkembang serta dianggap menarik dan layak secara sosial di lingkungan kampus. Tren ini mencakup pilihan pakaian, sepatu, aksesoris, serta penggunaan makeup yang dipengaruhi oleh interaksi sosial, media sosial, dan budaya pergaulan mahasiswa. Fashion tidak hanya dipahami sebagai kebutuhan berpakaian, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri dan representasi identitas di ruang sosial kampus.

Dalam praktiknya, tren fashionable tersebut kemudian tercermin dalam kebiasaan konsumsi mahasiswi sehari-hari. Pola konsumsi ini memperlihatkan bentuk perilaku konsumtif yang khas, mencakup frekuensi belanja yang relatif tinggi, preferensi terhadap barang fashion branded, kecenderungan pembelian impulsif, serta pemakaian fashion sebagai simbol status sosial. Dengan demikian, konsumsi fashion menjadi salah satu cara mahasiswi menyesuaikan diri dengan standar penampilan yang berlaku di lingkungan sosialnya.

Tren fashionable yang berkembang di lingkungan kampus tidak hanya memengaruhi pilihan berpakaian, tetapi juga berperan dalam membentuk citra diri mahasiswi. Penampilan menjadi media simbolik untuk menampilkan kesan tertentu, seperti modern, rapi, modis, dan berkelas. Melalui fashion, mahasiswi berupaya membangun representasi diri yang diharapkan dapat diterima dan diakui dalam interaksi sosial kampus.

Perilaku konsumtif pada mahasiswi FISIP UNRI tampak dari frekuensi belanja yang tinggi, ketertarikan pada barang branded, pembelian impulsif, serta penggunaan fashion sebagai simbol identitas diri. Dalam perspektif Jean Baudrillard, konsumsi tidak lagi berkaitan dengan fungsi, tetapi dengan tanda dan simbol yang melekat pada suatu barang. Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswi tidak dapat dilepaskan dari keinginan menampilkan citra diri tertentu di ruang sosial kampus. Pola ini terlihat konsisten pada seluruh informan meskipun dengan motivasi yang berbeda.

Informan Pertama bernama Dhiya Auliah, mengungkapkan bahwa belanja dilakukan bukan karena kebutuhan dasar, melainkan karena dorongan subjektif ketika menemukan barang yang dianggap “bagus.” Dalam teori Baudrillard, hal ini

menggambarkan konsumsi berbasis tanda, di mana suatu barang dipilih karena makna simboliknya bukan kegunaannya.

Informan Kedua bernama Syahanaya Putri Ayuni, mengungkapkan bahwa belanja menjadi mekanisme emosional untuk meredakan stres. Teori Baudrillard menjelaskan bahwa konsumsi modern sering dilakukan untuk kebutuhan psikologis dan simbolik, bukan fungsi. Dalam kasus Syahanaya, konsumsi dilakukan sebagai bentuk emotional gratification untuk mengatur suasana hati.

Informan Ketiga bernama Fadila Putri Izzatun, mengungkapkan bahwa Brand diasosiasikan dengan kualitas dan gengsi, sesuai konsep sign value Baudrillard, dimana nilai simbolik suatu produk lebih dominan daripada fungsi materialnya. Bahkan ketika tidak mampu memenuhi harga barang, ia tetap berupaya mendapatkannya.

Informan Keempat bernama Dewi Puspasari (*key informan*), menilai perilaku konsumtif mahasiswi terhadap fashion dipengaruhi media sosial dan budaya populer. Tren fashionable dianggap sebagai bentuk pencarian identitas diri dan simbol status sosial di kalangan mahasiswa.

Perilaku ini menunjukkan tekanan simbolik bahwa outfit memiliki batas pemakaian sosial. Ini adalah bentuk konsumsi yang dibangun oleh kebutuhan mempertahankan citra fashionable di ruang sosial kampus.

Analisis Teori Jean Baudrillard (Simulacra dan Simulasi)

Dalam perspektif Jean Baudrillard, konsumsi pada era modern tidak lagi hanya didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan lebih pada makna simbolik yang melekat pada barang. Konsep simulacra dan simulasi menegaskan bahwa realitas sosial saat ini dipenuhi oleh tanda dan citra yang kerap lebih menentukan daripada fungsi material itu sendiri. Fenomena fashion di kalangan mahasiswi FISIP UNRI menjadi cerminan nyata dari konsep ini, di mana pakaian, sepatu, tas, maupun aksesoris tidak semata-mata digunakan sebagai pelindung tubuh, melainkan sebagai simbol status sosial, identitas diri, serta alat legitimasi eksistensi dalam lingkup pergaulan kampus.

Fashion dipahami oleh mahasiswi sebagai nilai tanda. Produk-produk fashion seperti Zara, Uniqlo, Dior, Chanel, Coach, hingga Hermes dipilih bukan hanya karena kualitas atau kenyamanannya, melainkan karena citra yang ditawarkan. Misalnya, Dhiya (informan 1) menegaskan bahwa ia merasa harus menjaga citra diri karena lingkungannya selalu memandangnya sebagai sosok yang rapi dan modis. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi yang dilakukannya tidak lagi bertumpu pada nilai guna, tetapi pada nilai tanda berupa citra “mahasiswa fashionable” yang melekat pada dirinya.

Sementara itu, Syahanaya (informan 2) bahkan menyatakan lebih rela datang terlambat ke kampus asalkan tampil dengan outfit yang maksimal. Ia dapat menghabiskan hingga Rp3–4 juta sekali tampil, dengan prioritas pada sepatu bermerek. Sikap ini menggambarkan bagaimana konsumsi bergeser dari fungsi praktis menuju simbolik, di mana sepatu tidak hanya berperan sebagai alas kaki, tetapi sebagai tanda status dan representasi identitas diri. Di sinilah simulasi bekerja: realitas konsumsi bergeser dari kebutuhan riil menjadi penciptaan citra.

Contoh lain dapat dilihat dari Fadila (informan 3) yang bahkan menyebut dirinya ingin selalu menjadi “spotlight” di kampus. Ia rela menunda kebutuhan lain dan meminta tambahan dana dari orang tuanya demi membeli tas Chanel atau boots

mahal. Keputusan ini menegaskan bahwa konsumsi tidak semata karena kebutuhan, tetapi lebih karena kebutuhan akan simbol prestise sosial. Dalam kerangka Baudrillard, fenomena ini merupakan simulacra, di mana realitas tentang siapa dirinya dibentuk dan ditentukan oleh tanda-tanda fashion yang melekat pada tubuhnya.

Adapun Dewi (key informan) memberi pandangan kritis bahwa tidak semua mahasiswa harus mengandalkan barang bermerek untuk terlihat fashionable. Menurutnya, kemampuan memadupadankan pakaian justru lebih menentukan daripada sekadar label. Sikap ini menggambarkan adanya resistensi terhadap dominasi nilai tanda, namun tetap saja realitas sosial di kampus FISIP UNRI menunjukkan bahwa standar penampilan menjadi acuan utama dalam menilai seseorang fashionable atau tidak. Dengan kata lain, simulasi tetap mendominasi karena mahasiswa cenderung menilai dari “cover” yang tampak, bukan dari fungsi pakaian itu sendiri.

Perbedaan pola konsumsi juga muncul ketika membandingkan mahasiswa kos dengan mahasiswa yang tinggal bersama orang tua. Dhiya yang tinggal di kos, meskipun tetap modis, cenderung lebih berhati-hati dalam mengatur pengeluaran karena harus membagi dana untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Sebaliknya, Fadila yang mendapatkan dukungan finansial kuat dari orang tuanya lebih leluasa membeli barang-barang branded, bahkan ketika harganya melampaui batas kemampuan finansial pribadinya. Hal ini memperlihatkan bahwa simulasi fashion lebih mudah diwujudkan oleh mereka yang memiliki stabilitas finansial tinggi, karena citra diri dapat dibangun tanpa hambatan material.

Dengan demikian, fashion di kalangan mahasiswi FISIP UNRI tidak lagi sekadar persoalan selera pribadi, melainkan arena produksi tanda dan citra yang menopang identitas sosial. Fenomena ini membuktikan tesis Baudrillard bahwa dalam masyarakat konsumsi, nilai guna barang kerap tenggelam di balik nilai tanda. Apa yang dipertontonkan melalui outfit, tas, atau sepatu bukan lagi tentang fungsi, melainkan tentang bagaimana mahasiswa tersebut ingin dilihat oleh lingkungannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga informan dan satu key informan pada penelitian berjudul “Gaya Hidup Konsumtif Dalam Tren Fashionable Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau”, penulis menarik kesimpulan beberapa poin sebagai berikut:

1. Fashion sebagai Identitas dan Ekspresi Diri

Fashion dipahami oleh mahasiswi FISIP UNRI sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, membangun rasa percaya diri, serta membentuk identitas sosial. Bagi sebagian besar informan, tampil fashionable bukan sekadar mengikuti tren, melainkan juga untuk menunjukkan citra diri dan memperoleh pengakuan di lingkungan sosial.

2. Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi

Latar belakang perilaku fashionable terbentuk dari faktor internal seperti konsep diri, motivasi pribadi, dan keinginan untuk menjadi pusat perhatian, serta faktor eksternal berupa pengaruh media sosial, lingkungan pertemanan, dan budaya

kampus. Media sosial, khususnya TikTok, Instagram, dan Pinterest, terbukti menjadi sumber inspirasi utama dalam gaya berpakaian mahasiswi.

3. Tren Fashionable dan Pola Konsumsi

Perilaku konsumtif tercermin dari frekuensi belanja fashion yang cukup tinggi, kecenderungan membeli produk branded, hingga alokasi keuangan yang besar untuk penampilan. Terdapat perbedaan pola konsumsi antara mahasiswa yang tinggal di kos dengan yang tinggal bersama orang tua, meskipun keduanya tetap menunjukkan orientasi pada simbol status melalui fashion.

4. Fashion sebagai Simbol Sosial

Fashion berfungsi sebagai tanda atau simbol status sosial dalam pergaulan mahasiswa. Penampilan, terutama dengan penggunaan produk branded, seringkali dipandang sebagai representasi kelas sosial, gaya hidup, dan citra diri. Hal ini selaras dengan pandangan Baudrillard mengenai konsumsi sebagai nilai tanda, bukan sekadar nilai guna.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis jabarkan, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat lebih bijak dalam menyikapi tren fashion, dengan mengutamakan kebutuhan dan kemampuan finansial dibandingkan dorongan mengikuti tren semata. Fashion sebaiknya diposisikan sebagai sarana ekspresi diri yang sehat, bukan sebagai tuntutan sosial.

2. Bagi Orang Tua

Perlu memberikan pendampingan serta edukasi pengelolaan keuangan bagi anak, agar tidak terjebak dalam pola konsumsi berlebihan. Komunikasi yang terbuka akan membantu mahasiswa lebih rasional dalam mengambil keputusan terkait gaya hidup.

3. Bagi Kampus

Pihak kampus dapat menyelenggarakan kegiatan edukasi literasi finansial dan literasi media untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai dampak budaya konsumtif, sehingga tercipta lingkungan akademik yang lebih seimbang antara kebutuhan penampilan dan pencapaian akademik.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan jumlah informan yang lebih banyak serta membandingkan antara mahasiswa dari fakultas berbeda atau universitas lain. Selain itu, penggunaan teori lain sebagai pisau analisis dapat memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara fashion, konsumsi, dan identitas sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmita, D., & Erianjoni, E. (2019). Implementasi Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2015 Tentang Pemenuhan Dan Perlindungan Hak-Hak Penyandang Disabilitas Di Kota Padang. *Jurnal Perspektif*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v2i2.66>
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147–166. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>

- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society*. In Sage Publications.
<https://doi.org/10.5040/9781474264716.0001396>
- Fardhani, P. R., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja (studi pada siswa kelas IX SMA Trimurti Surabaya). *Character*, 01(02), 1–7. \
- Hadi, R., & Ritonga, M. H. (2023). Pengaruh Fashion Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Uinsu Stambuk 2019. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1014–1023. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.307>
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32.
- Kresdianto, D. (2014). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif fashion pakaian pada mahasiswi di Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Lestari, D., Ilato, R., Ardiansyah, Hafid, R., Mahmud, M., & Alwi, N. M. (2023). Pengaruh Kecakapan Hidup (life skill) dan Gaya Hidup (life style) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16(1), 1–15.
- Lisa Dwi Lastary, & Anizar Rahayu. (2018). Hubungan Dukungan Sosial dan Self Efficacy dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa Perantau yang Berkuliah Di Jakarta. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 17–23.
- NOVIANA, R. B. (2023).: *Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Syarafa, D. A., Adhrianti, L., & Sari, E. V. (2020). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 20–29.
<https://doi.org/10.33369/jkaganga.4.2.20-29>
- 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>