

**PERKEMBANGAN FASHION MAHASISWA
MASALEMBU, SUMENEP-MADURA**
(Pendekatan Fenomenologi)



**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi saudara Bayu segara hidayat

Lampiran : -

Kepada Yth : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr, wb.

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan dan membaca skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Bayu Segara Hidayat

NIM : 12540054

Jurusan : Sosiologi Agama

Judul Skripsi : **Perkembangan Fashion Mahasiswa Masalembu Sumenep-Madura
(Pendekatan Fenomenologi)**

Maka selaku pembimbing / pembantu pembimbing kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk dimunaqosyahkan.

Wassalamualaikum wr, wb.

Yogyakarta, 21 Januari 2019

Pembimbing,

Dr. Masroer, S.Ag., M.Si

NIP.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bayu Segara
NIM : 12540054
Program Studi : Sosiologi Agama
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Judul Skripsi : Fenomena Perkembanga *Fashion* Mahasiswa
Masalembu, Sumenep-Madura
(Pendekatan Fenomenologi)

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain, dan apabila ada kutipan di dalam skripsi ini, hal itu ditulis sebagaimana keterangan di dalam sumber yang didapat.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila tidak sesuai dengan pernyataan, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Februari 2019
Yang membuat pernyataan,

Bayu Segara Hidayat
NIM. 12540054.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM

Alamat: Jl. Maresda Adisucipto, Telp. (0274) 512156 Fax (0274) 512156
E-mail: ushududdin.uin-suka.ac.id YOGYAKARTA 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NOMOR : B-515/UN.C72/DU/PP.05.3/02/2019

Tugas Akhir dengan judul : Perkembangan Fashion Mahasiswa Masalembu, Sumenep Madura (Pendekatan Fenomenologi)

Yang dipersiapkan dan ditulis Oleh

Nama : Bayu Segara Hidayat
NIM : 12540054
Telah diujikan pada : Kamis, 31 Januari 2019
Nilai ujian tugas akhir : A/B (85)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR
Ketua Sidang/Pengaji I

Dr. Masroer, S.Ag., M.Si
NIP. 19691029 200501 1 001

Pengaji II

Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum
NIP. 19780151 200604 2 001

Pengaji III

Dr. Munawar Ahmad, S.S., M.Si
NIP. 19691017 200212 1 001

Yogyakarta, 31 Januari 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dekan

Dr. Syaiful Roswantoro, M.Ag
NIP. 19681208 199803 1 002



MOTTO HIDUP

“semua impian bisa tercapai
jika kita mempunyai keberanian untuk mengejarnya”





Skripsi ini saya persembahkan kepada:
Ayahanda dan Ibunda tercinta,
Juga saya persembahkan Yatik dan Eliza.

Spesial saya persembahkan Rose Manya.

ABSTRAK

Fashion menjadi trend akhir-akhir ini, berbagai macam tayangan di media massa televisi, pun media sosial lainnya. *Fashion* telah mampu menyedot berbagai kalangan, baik tua dan muda. Usaha yang dilakukan oleh kelompok pemodal berhasil dan mampu memberikan karakteristik tersendiri bagi semua kalangan. Sisi lain dari itu, aktivitas media massa sosial dengan menyediakan ruang seperti jual-beli, model, artis-aktris ternama tidak luput dari sorotan mereka dalam menyiarkannya.

Kenyataan ini bukan hal yang menjadi rahasia umum lagi, mengingat peran media massa begitu massif. Kegiatan ini memang bertujuan untuk memperkenalkan *fashion* ke khalayak luas. Sehingga dapat dinikmati semua golongan, kelompok, bahkan komunitas tertentu yang sengaja mempromosikan kerja *fashion*. Selain itu, ada saing yang membuat mereka bersemangat untuk melakukan hal serupa dalam komunitas mereka sendiri.

Ini terjadi pada mahasiswa Masalembu yang ikut mengambil peran dalam ber- *fashion*. Kinerja mereka dalam memperkenalkan *fashion* di antara karakteristik budaya, tradisi dan sosial masyarakat Masalembu. Seperti yang disinyalir oleh peneliti, bahwa masyarakat Masalembu terdiri dari berbagai budaya. Budaya yang berada di sana ialah Bugis, Mandar, dan Madura, serta sebagian kecil Jawa. Ketiga budaya yang disebut tersebut memiliki pengaruh besar serta pengikut yang banyak. Hal ini menandakan bahwa ketiga kebudayaan tersebut sudah lama tinggal dan menetap di sana.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh ini, ada beberapa hal yang diungkap pada sisi ketiga kebudayaan tersebut. Pun peran dan aktualisasi *fashion* mahasiswa di kalangan masyarakat Masalembu. Tidak luput pula *fashion* yang memang menjadi trend di kalangan saat ini. Melalui kacamata fenomenologi sebagai kajian metodologis dalam membedah *fashion* mahasiswa Masalembu.

Temuan dari wawancara, artikel, serta berbentuk tulisan membantu peneliti menemukan objek kajian yang dilakukan. Sehingga dengan begitu memudahkan penulis dalam menganalisa *fashion* di kalangan mahasiswa Masalembu. Selain demikian, bukti konkret di lapangan memberikan pengaruh yang luar biasa pada hasil penelitian. Diskusi dengan beberapa penduduk sekitar, baik di kalangan Bugis, Mandar dan Madura dapat menemukan beberapa hasil yang sebelum dirancang.

KATA PENGANTAR

Bismillahiraahmanirrahim,

Segala puji miliki Allah SWT, dzat yang menciptakan alam semesta ini beserta seluruh isinya yang sangat beragam dan penuh warna. Selanjutnya, shalawat dan salam tetap tercurahkan kepada Muhammad bin Abdillah selaku nabi penutup, nabi akhir di dalam tradisi Islam. Berkat kehadirannya di muka bumi ini, umat manusia dapat terbebaskan dari sistem kejahilahan menuju pada sistem sosial yang terorganisir, egaliter dan humanis. Begitupula shalawat dan salam juga selalu tercurahkan kepada keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan kepada seluruh umat yang mengikuti nilai-nilai substantif yang dibawa dan diajarkan oleh nabi Muhammad SAW.

Saya sangat bersyukur kepada Allah SWT yang terus memberikan kenikmatan kepada saya, sehingga dalam kesempatan yang luar biasa ini, saya dapat menyelesaikan studi sarjana saya yang ditempuh di Program Studi Sosiologi Agama (SA), Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Banyak hal yang saya peroleh dari pengalaman saya selama berkuliahan di Prodi SA utamanya dalam studi-studi kasus sosial keagamaan yang berkembang di Indonesia dengan wawasan multikultural dan keadilan. Banyak teori-teori sosial yang saya pelajari baik klasik maupun modern, dan juga kontemporer. Salah pendekatan yang saya gunakan di dalam penelitian ini sebagai pedoman dalam melakukan pengamatan di lapangan adalah pendekatan fenomenologi yang saya kolaborasikan dengan teori post-strukturalis, konsumerisme. Penelitian ini fokus mengamati fenomena *fashion* mahasiswa

Masalembu yang semakin hari semakin meningkat. *Fashion* yang utama memiliki nilai individual telah berkembang menjadi nilai pertukaran sosial, kelas, dan dominasi.

Namun demikian, saya tentunya sangat berterimakasih kepada semua pihak terkait yang mensukseskan penelitian ini sampai pada proses akhir sidang skripsi ini. Saya berterimakasih utamanya kepada kedua, Amir Hidayat (Ayahanda yang saya cintai), Sunida (Ibunda tercinta), Yatik Indayani (kakak tercinta), dan Eliza Pratiwi (adik saya tercinta). Dan juga terimakasih kepada seluruh sivitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, utamanya kepada Prof. Yudian Wahyudi (Rektor), Dr. Adib Sofia (Ketua Prodi SA), Dr. Masroer (Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Skripsi) dan Dr. Munawar Ahmad (Pengaji). Dan ucapan terimakasih yang sangat spesial saya ucapkan kepada Rose Manya yang selalu setia menemani, dan mendukung setiap proses saya hingga saat ini dan selamanya. Dan juga terimakasih kepada semua teman-teman Sosiologi Agama angkatan 2012 yang saya banggakan tanpa perlu disebut satu-persatu.

Demikian, semoga karya akademik ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi pengembangan Prodi Sosiologi Agama dan juga bagi masyarakat Masalembu.

Yogyakarta, 13 Februari 2019

Penulis,

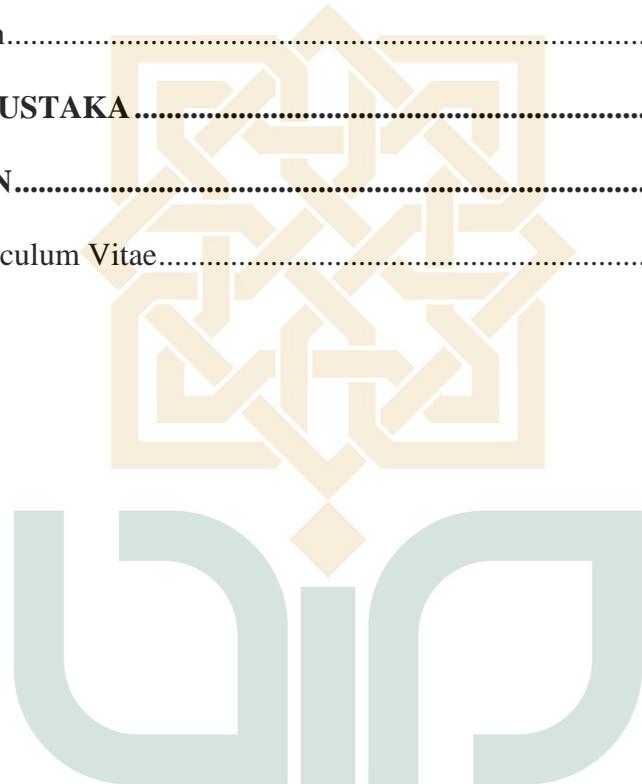
Bayu Segara Hidayat

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Persetujuan Skripsi	ii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Pengesahan Tugas Akhir	iv
Motto	v
Persembahan	vi
Abstraksi	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Kerangka Teori.....	11
F. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis Penelitian.....	15
2. Teknik Pengumpulan Data.....	16
3. Teknik Analisi Data	17
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II KONDISI MASYARAKAT MASALEMBU.....	21
A. Gamabaran Umum Lokasi Penelitian	21

1. Kondisi Geografis	21
2. Kondisi Keagamaan	23
3. Kondisi Sosial-Budaya.....	25
4. Kondisi Pendidikan	27
B. Titik-Singgung Kebudayaan Para Suku	29
1. Budaya Bugis	31
2. Budaya Mandar	33
3. Budaya Madura	36
BAB III GEJALA PERUBAHAN FASHION MAHASISWA MASALEMBU	39
A. Fenomena <i>fashion</i> masyarakat Masalembu	39
1. <i>Fashion</i> Masyarakat Sekitar.....	41
2. <i>Fashion</i> Mahasiswa.....	44
3. <i>Fashion</i> Perantau dan Pengusaha	47
B. Faktor-faktor yang melatarbelakangi <i>fashion</i>	49
1. Gaya Hidup Hedon.....	51
2. Upaya Aktualisasi Mahasiswa	53
3. Pengaruh Internet	56
4. Fashion sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	58
BAB IV NILAI YANG MENDORONG PERKEMBANGAN FASHION MAHASISWA MASALEMBU.....	60
A. Orientasi Fashion Mahasiswa Masalembu	60
1. <i>Fashion</i> dan Ruang Berpikir	62
2. <i>Fashion</i> Ruang Orientasi Eksistensialis	64

B.	Perilaku mahasiswa masalembu dan pengaruh budaya luar	66
1.	Pergeseran Makna Elit	69
2.	Faktor-faktor Perubahan Perilaku	70
C.	Strategi distingsi dalam aktualisasi <i>fashion</i> mahasiswa masalembu	79
BAB V PENUTUP	82
A.	Kesimpulan	82
B.	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87
A.	Curriculum Vitae.....	87



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Modernitas membawa pengaruh serta dampak yang begitu besar dalam kehidupan manusia, baik dalam segi cara pandang, interaksi, dan cara gaya hidup. Gaya hidup inilah yang kemudian merambah pada kehidupan sosial, serta mengakar kuat. Karena yang cenderung bergerak dan selalu berubah setiap saat adalah busana, maka *fashion* sering dikaitkan dengan busana, padahal selama ada sesuatu yang baru tentang suatu artefak yang melibatkan kesenangan banyak orang, itu bisa menjadi *fashion*.¹

Fashion identik representasi-identitas dari pribadi seseorang yang sebenarnya ingin mengenalkan pada khalayak umum bahwa dirinya telah sampai pada modernitas. Hal demikian, bertolak belakang dengan orang-orang sekitar yang masih bercorak tradisional. Dalam arti, *fashion* bukan suatu warisan melainkan ia hanyalah budaya baru yang masuk, kemudian ditiru tanpa berpikir ulang dampak-akibatnya.² Pada sisi inilah, *fashion* dikalangan remaja sebagai bentuk bahwa dirinya tidak tradisional lagi dan tidak terkungkung oleh lingkungannya.

Sebagaimana yang dikatakan Tri Yulia Trisnawati: *Fashion* sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan

¹Alex Thio, *Sociology (An Introduction)*, (New York: Westview, 1987), hlm. 563.

²Dominikus Isak Petrus Berek, “Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya: Kajian Fenomenologis terhadap Komunitas Street Punk Semarang,” dalam Jurnal Interaksi, Vol. III, No. I, Januari 2014, hlm. 58.

implikasi bagi penggunaan *fashion* dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain. Hanya dengan mengenakan jenis pakaian tertentu maka, orang lain akan bisa menilai kepribadian dan citra dirinya.³

Senada yang dikatakan oleh Retno dan Edi, bahwa: *fashion* menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda-benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi.⁴

Pakaian membangun habitus pribadi, sebagai sebuah perangkat penting untuk berkomunikasi dengan lingkungannya; pakaian dibentuk dan disesuaikan dengan kondisi tertentu. Peran penting seseorang pencipta atau desainer pakaian, mempengaruhi identitas pakaian, sekaligus citra tubuh penggunanya.⁵

Hal demikian sudah bukan hal yang baru pada masa kini, karena mereka ingin diakui sekaligus dirinya ingin dikenal. Persoalan tren merupakan wacana tersendiri di kalangan remaja, apalagi mahasiswa yang sudah mulai mengalami perubahan. Perubahan ini suatu siklus kehidupan yang memang dibuat. Apalagi banyaknya media yang memang mem-backup baik elektronik dan cetak. Sehingga dorongan untuk meniru

³Tri Yulia Trisnawati, “Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi,” dalam The Messenger, Vol. III, No. 1, Edisi Juli 2011, hlm. 37.

⁴Retno Hendariningrum dan M. Edi Susilo, “Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi,” dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 2, Mei-Agustus 2008, hlm. 25.

⁵Jennifer Claik, *The Face Of Fashion: Cultural Studies In Fashion*, (Routledge: New York, 1993), Hlm. 1.

menjadi perhatian serius dan tidak dipungkiri mereka meniru tanpa berpikir ulang.

Remaja sebagai konsumen dari proyek yang dilakukan oleh produsen merupakan cara dalam mengarahkan mereka untuk meniru dengan menampilkan beberapa artis yang dikenal dan memiliki pengaruh. Gaya hidup sedemikian memang tidak dapat dipungkiri adanya, mengingat remaja begitu masih labil. Serta menganggap *fashion* merupakan suatu hal yang niscaya dan menaikan level di tingkat kalangannya. Kemudian mereka berlomba-lomba untuk meniru artis yang menjadi dambaannya.

Sebagaimana yang diungkapkan Ibrahim (dalam Retno dan Edi), fenomena hal tersebut sudah menjamur di kalangan remaja Indonesia, dapat dijelaskan sebagai berikut:⁶

Pertama, masyarakat konsumen Indonesia tumbuh beriringan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan seperti mall, industri, dan lain sebagainya. Pusat perbelanjaan tidak hanya ditemui di berbagai kota, melainkan ada perubahan ialah dengan belanja lewat online. Dengan begitu, semakin memudahkan para remaja untuk membeli dan memesan barang yang disukainya. Sehingga dengan adanya akses yang lebih mudah ini dapat mudah dibeli dan pihak produsen tanpa susah-payah mengantarkan sendiri namun mereka juga melalui jasa seperti *gojek*, *grab* dan sebagainya.

⁶Retno Hendariningrum dan M. Edi Susilo, “Fashion dan Gaya Hidup” hlm. 26-27.

Kedua, globalisasi industri media dari mancanegara dengan modalnya yang besar yang masuk ke tanah air sekitar tahun 1900-an, yakni berupa serbuan majalah-majalah mode dan gaya hidup yang terbit dalam edisi khusus bahasa Indonesia yang jelas menawarkan gaya hidup yang tidak mungkin terjangkau kebanyakan masyarakat Indonesia. Selain majalan, koran, dan tabloid menyediakan beragama tayangan tentang mode atau *fashion*, munculnya facebook, instagram dan semacamnya mampu mendongkrak remaja untuk mengaksesnya. Demikian mempermudah mereka untuk bersaing di media elektronik. Ragamnya tayangan mulai kontes artis Indonesia, pun luar negeri seperti Korea dan sebagainya. Tanpa menafikan film Korea yang memiliki pengaruh besar pada gaya dan *fashion* yang ada saat ini.

Ketiga, di kalangan sebagian masyarakat mencuat pula gaya hidup alternatif. Suatu gerakan seakan-akan ‘kembali ke alam’, ke hal-hal yang bersahaja, semacam kerinduan ala kampung halaman atau surga yang hilang; dan juga mencuatnya gaya hidup spiritualisme baru yang kesemuanya itu seakan-akan menjadi antitesis dari glamour *fashion*. Dalam hal ini, munculnya *fashion* tidak hanya dalam bentuk glamour saja, melainkan dalam nuansa yang lain seperti baju koko ala modern tidak hadir dengan ragam pilihan dan variannya.

Fenomena tersebut bukan menjadi hal yang baru—seolah secara keseluruhan meskipun tidak semua—sudah ikut andil dalam proyek kapitalis tersebut. Tanpa mereka sadari bahwa mereka sudah jauh dari

realitas lingkungan dimana ia tinggal. Oleh karenanya, kajian tentang *fashion* di kalangan remaja menjadi marak, baik yang dimuat dalam media cetak, kajian akademisi, bahkan online yang membahasnya.

Ketika masyarakat menjalin hubungan dengan orang di luarnya—gaya yang ditampilkan oleh artis-artis—jelas faktor-faktor tertentu terpengaruhi gaya hidupnya. Hal ini terjadi, disebabkan keterkaitan-keterhubungan keduanya untuk saling menghargai dan menjaga.⁷ Ada transformasi gagasan di antara mereka, sehingga keterpengaruhannya akan semakin jelas dan tampak.

Gambaran di atas tampak jelas sekali terjadi di kalangan mahasiswa Masalembu yang notabene merantau untuk kuliah. Sejauh ini, keterlibatan peneliti di kalangan tersendiri, sebagai mahasiswa telah menjadi tren di kalangan masyarakat. Sehingga dengan mudah masyarakat mengidentikkan bahwa mahasiswa tersebut dari kota tertentu.

Sebagai perantau, mahasiswa Masalembu lebih dikenal gaya hidupnya. Dengan mudah masyarakat memahami bahwa mahasiswa A berasal dari kota tertentu, begitu pula dengan Mahasiswa B. Masyarakat Masalembu sudah mengetahui bahwa mahasiswa selalu menampilkan tren dimana ia sedang menpuh kuliah. Dengan faktor tersebut, mahasiswa dominan memiliki gaya dalam berpakaian dan cara gaya hidup lainnya.

Ada beberapa faktor yang menjadi latar belakang masyarakat Masalembu yang mengidentifikasi bahwa mahasiswa A dan B berasal dari

⁷Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Budaya Masyarakat Perbatasan*, (Jakarat: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1999), hlm. 81.

kota tertentu. Sehingga mereka mudah menebak dan membuat masyarakat sedikit menaruh perhatian bagi anak-anaknya untuk memilih kuliah di kota tertentu pula. Hal ini muncul karena kesadaran masyarakat Masalembu sendiri karena mereka tidak membawa gagasan yang segar kecuali *fashion* mereka yang ditampilkan.

Stigma yang dialamatkan kepada mahasiswa merupakan cara pandang yang relatif mendasari kesadaran masyarakat untuk tidak mudah mengulihukan anaknya di kota yang sudah menjadi pantauan mereka. Dengan kata lain, mereka sadar bahwa kuliah merupakan hal yang paling urgen dan mendasar agar memberikan pola pikir atau gagasan yang baik ketika mereka sudah lulus. Namun, fakta lain menjadi persoalan tersendiri seperti *fashion* yang mereka anggap sudah bukan semestinya dilakukan mahasiswa. Bagaimana mahasiswa sebagai agen perubahan di masyarakat perlu menitikberatkan pada kesungguhan belajar.

Dengan latar belakang itulah, kemudian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian fenomena *fashion* di kalangan mahasiswa Masalembu. Selain demikian, mahasiswa merasa perlu melakukan suatu analisa pada nilai-nilai yang lain. Baik yang berhubungan dengan nilai masyarakat secara turun-temurun dan juga ragamnya *fashion* yang masuk dengan corak nilai yang ingin ditampilkan.

Dilatarbelakangi keresahan atau kegelisahan peneliti sendiri yang berasal dari Masalembu atas fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa dari berbagai kota, tempat mereka menempuh kuliah di sana. Tanpa

maksud untuk mendikotomi kelompok mahasiswa, peneliti berusaha membangun nilai keobjektifan dalam penelitian yang dilakukan, sehingga tidak menimbulkan aspek-aspek yang kurang berkenan dalam penelitian ini.

Dalam hal ini, peneliti bermaksud untuk melihat dan menganalisa “*Konstruksi Perkembangan Fashion Mahasiswa Masalembu dalam Pendekatan Fenomenologi*.” Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap menemukan beberapa hal terkait mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi mereka dengan membawa *fashion* tertentu di Masalembu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan dua pokok masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gejala perubahan *fashion* yang dibawa mahasiswa terhadap para remaja di Masalembu?
2. Nilai apa saja di balik perubahan *fashion* di Masalembu?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka dapat peneliti ketahui tujuan dan kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui secara mendalam tentang fenomena yang melatarbelakangi mahasiswa dengan membawa *fashion* di tempat rantaunya.

- b. Untuk mengetahui secara mendalam faktor-faktor keberpengaruhannya *fashion* di masyarakat Masalembu baik pada budaya, tradisi dan pandangan-pandangan masyarakat pada mahasiswa.

2. Manfaat Penelitian

- a. Teoretis

Menambah dan memperkaya khazanah keilmuan dalam penelitian khususnya tentang fenomenologi, khususnya pada penelitian selanjutnya. Serta memberikan wawasan yang luas mengenai pendekatan fenomenologi dalam kajian akademik di bidang sosial-humaniora, khususnya disiplin sosiologi dan antropologi dalam pengertian sosial masyarakat pedesaan yang selama ini dianggap tertutup, tertinggal dan kolot.

- b. Praktis

1. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang fenomenologi *fashion* mahasiswa pada kalangan sosial masyarakat.
2. Untuk menambah wawasan serta pengetahuan bagi masyarakat umum tentang dampak *fashion* yang berimplikasi pada gaya hidup masyarakat.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka salah satu cara atau upaya yang dilakukan peneliti dalam hal rujukan, baik yang berhubungan dengan teks ataupun penelitian

yang sudah dilakukan sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesamaan dari penelitian yang ada, juga untuk menghindari hal-hal yang tidak berkenaan seperti plagiasi dan sebagainya.

Adapun dalam hal ini, ada beberapa rujukan yang dijadikan referensi dalam hal ini, sebagai berikut:

Pertama, tulisan Ade Nur Istiani yang berjudul “Konstruksi Makna Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger,” yang dimuat dalam Jurnal Kajian Komunikasi, Vol 3, No. 1, Juni 2015. Dalam pandangan Ade bahwa maraknya *fashion* karena dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi. Dimana peran teknologi yang begitu marak dan dengan mudah menampilkan dirinya sebagai ikon dari produk. Sehingga dengan ini, Ade mengidentifikasi bahwa pengaruh yang mendasar dalam maraknya *fashion* sebab teknologi yang memberikan andil besar bagi perkembangan. Kesimpulan dari penelitian Ade ialah perkembangan yang positif tetapi mengalami pergeseran makna yang motivasinya ialah motif atraksi, motif inspirasi, dan motif eksistensi.

Kedua, tulisan Dominkius Isak Petrus Berek yang berjudul “Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya (Kajian Fenomenologis terhadap Komunitas Street Punk Semarang),” yang dimuat dalam Jurnal Jurnal Interaksi, Vol Iii No.1, Januari 2014. Dalam pandangan Petrus, bahwa *fashion* tidak hanya dipahami sebagai gaya dalam artian menampakkan diri sebagai subjek yang hanya menginginkan tampil eksotik dan sebagainya. Utamanya dalam komunitas Punk yang ada

di Semarang. Kesimpulan yang dilakukan oleh Petrus, bahwa *fashion Punk* di Semarang merupakan identitas dalam melakukan perlawanan, anti kemapanan yang juga mereka ikut andil dalam bidang politik. Sebagai bentuk perlawanan ini melawan hegemoni para politisi yang selalu melekat simbol elitis.

Ketiga, skripsi tulisan Selvi Juniarti yang berjudul “Implikasi Tren Busana Muslimah Dan Perilaku Sosial Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta” sebagai tugas akhir pada jurusan Sosiologi Agama Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam pandangan ini, Selvi mengungkapkan *fashion* sebagai realitas kekinian yang memiliki pengaruh pada realitas kehidupan mahasiswa. Utamanya yang terjadi di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam. Hasil kesimpulan dalam penelitian ini, Selvi menarik empat, antara lain: busana muslimah yakni, busana muslimah tunik tingkah laku lebih fleksibel artinya menyesuaikan tempat yang didatanginya, busana muslimah gamis menonjolkan sifat feminim mahasiswa yang menggunakannya, busana muslimah syar’i tingkah lakuanya lebih anggun dan kalem, dan busana muslimah kasual tingkah laku mahasiswa lebih santai.

E. Kerangka Teori

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*,⁸ yang berarti ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk pada ‘yang menampak’, yang kemudian menjadi studi yang bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam subjek mengenai pengalaman beserta maknanya. Fenomenologi sebagai suatu kajian yang pertama kali diperkenalkan oleh Johann Heirinckh.⁹

Selain itu fenomenologi diartikan sebagai “ilmu pengetahuan tentang penggambaran seseorang pada dilihat, dirasakan serta diketahuinya dalam *immediate awareness* dan *experience*-nya. Dengan proses penggambaran tersebut, membawanya pada pengungkapan “*phenomenal consciousness*” (kesadaran fenomenal, kesadaran mengenai fenomena) melalui ilmu pengetahuan dan filsafat, menuju ke “*the absolute knowledge of the absolute.*”¹⁰

Dalam pada itu, fenomenologi menjadi suatu pendekatan dalam membaca realitas ketika Edmund Husserl melakukan telaah lebih dalam mengenai fenomenologi. Dalam pandangannya, ia menjadikan sebuah studi tentang struktur kesadaran dan fenomena yang muncul dalam

⁸Muh. Arba'in Mahmud, *Gender dan Kehutanan Masyarakat: Kajian Implementasi Pengarustaman Gender di Hutan Rakyat dan Hutan Kemasyarakatan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 47.

⁹Mhd. Halkis, *Konstelasi Politik Indonesia: Pancasila dalam Analisis Fenomenologi Hermeneutika*, (Jakarta: Obor, 2017), hlm. 42.

¹⁰Heddy Shri Ahimsa-Putra, “Fenomenologi Agama: Pendekatan Fenomenologi untuk Memahami Agama,” dalam Jurnal Walisongo, Volume 20, Nomor 2, November 2012, hlm. 274.

tindakan kesadaran juga untuk menerobos fakta menuju esensi sesuatu.¹¹

Alasan yang mendasari Husserl untuk membuat studi fenomenologi dikarenakan terjadinya krisis dalam bidang ilmu pengetahuan.¹² Dengan alasan itulah kemudian ia memberikan kritikan pada ilmu pengetahuan sebagai berikut:¹³

1. Ilmu pengetahuan telah jatuh pada objektivisme, yaitu cara memandang dunia sebagai susunan fakta objek tif dengan kaitan-kaitan niscaya. Bagi Husserl, pengetahuan seperti itu bersal dari pengetahuan pra-ilmiah sehari-hari, yang disebut *lebenswelt*.
2. Kesadaran manusia sebagai subjek ditelan oleh tafsiran-tafsiran objektivistis itu, karena ilmu pengetahuan sama sekali tidak membersihkan diri dari kepentingan-kepentingan dunia kehidupan sehari-hari itu.
3. Teori yang dihasilkan dari usaha membersihkan pengetahuan dari kepentingan-kepentingan itu adalah teori sejati yang dipahami tradisi pemikiran Barat.

¹¹Mhd. Halkis, *Konstelasi Politik Indonesia: Pancasila dalam Analisis Fenomenologi Hermeneutika*, 43.

¹²Budhy Munawar-Rachman, “Fenomenologi Diri dan Konstruksi Sosial Mengenai Kebudayaan: Edmund Husserl dan Jejak-Jejaknya pada Maurice Merleau-Ponty dan Peter Berger,” dalam Jurnal Ilmu Ushuluddin, Vol.1, Nomor 6, Juli 2013, hlm. 494.

¹³O. Hasbiansyah, “Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi,” dalam Jurnal Mediator, Vol. 9, No. 1, Juni 2008, hlm. 168.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Moustakas dalam Colleen M. Conway:¹⁴

“Phenomenologists are interested in the meaning that can be constructed from the combining of object of nature and object of consciousness.”

Kutipan di atas menunjukkan arti bahwasanya kalangan fenomenolog tertarik pada makna yang dapat dibangun dari penggabungan dari objek alam dan objek kesadaran. Dalam penjelasan singkatnya, perkembangan yang terjadi di kalangan masyarakat tidak terlepas dari pengaruh lingkungan, baik sosial, budaya, maupun lingkungan sekitar, dan kesadaran dari masing-masing subyeknya atau individunya.

Hal ini berkesinambungan dengan pendapat Schutz, bahwa fenomenologi adalah studi tentang pengetahuan yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sebuah obyek atau peristiwa melalui pengalaman sadar tentang obyek atau peristiwa tersebut.¹⁵ Karena bagaimanapun fenomena merupakan suatu tampilan adri suatu objek, peristiwa dan kondisi dimana seseorang dalam persepsinya. Dengan hal ini, objek yang dipersepsinya menjadi suatu aspek yang bersifat subjektif.

Dalam Bagi Shultz juga yang memiliki pemahaman serupa dalam fenomenologi, tugas utama analisis fenomenologis adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri

¹⁴Colleen M. Conway, *The Oxford Handbook of Qualitative Research In American Music Education*, (New York: Oxford University Press), hlm. 150.

¹⁵Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto (ed), *Teori-Teori Kebudayaan*, (Yogyakarta: Kanisius, 2005), hlm. 81.

alami.¹⁶ Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa sebagai anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi.¹⁷

Dalam perkembangannya fenomenologi terbagi dalam empat hal, antara lain:¹⁸

1. Fenomenologi Edidetik dalam linguistik.
2. Fenomenologi Ingarde dalam sastra, artinya pengertian murni ditentukan melalui penentuan gejala utama, penelitian dan pemilahan, penyaringan untuk menentukan keberadaan, penggambaran gejala (refleksi).
3. Fenomenologi Transendental keberadaan realitas sebagai “objek” secara tegas ditekankan. Kesadaran aktif dalam menangkap dan merekonstruksi kesadaran terhadap suatu gejala amat penting.
4. Fenomenologi Eksistensial penentuan pengertian gejala budaya semata-mata bergantung individu. Refleksi individual menjadi “guru” bagi individu itu sendiri dalam rangka menemukan kebenaran.

¹⁶Calvin S. Hall (dkk), *Psikologi Kepribadian 2: Teori-teori Holistik (Organistik-Fenomenologis)*, (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hlm. 176.

¹⁷Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: Rosdakarya, 2008), hlm. 63.

¹⁸Sowardi Endraswara, *Metode, Teori, Teknik: Penelitian Kebudayaan (Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006), hlm. 66.

Dalam hal ini, peneliti ingin memfokuskan kepada dua fenomenologi eksistensial dan transedental. Kedua hal tersebut dapat menjelaskan fenomena yang berkembang di Masalembu, utamanya *fashion*. Dengan begitu, masyarakat dapat menangkap bahwa realitas yang mereka tampilkan sebagai suatu bentuk kesadaran sekaligus sebagai nilai dari eksistensi diri mahasiswa dalam kehidupan keseharian. Dan juga beberapa elemen yang terkait tentang kedua hal tersebut.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah kerja lapangan (*field work*) atau studi kasus yang bersifat kualitatif. Kualitatif sendiri ialah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan suatu gambaran yang bisa berupa kata-kata atau lisan maupun perilaku yang sedang diamati.¹⁹

Selanjutnya, pendekatan kualitatif suatu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode.²⁰

¹⁹Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 200), hlm. 3.

²⁰Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 6.

2. Metode Pengumpulan Data

Seorang peneliti dalam rangka pelaksanaan pengumpulan data harus menentukan sumber-sumber data serta lokasi di mana sumber data tersebut ditemukan dan diteliti.²¹ Hal yang dilakukan oleh peniliti dengan mengumpulkan data melalui tiga macam hal, antara lain:

a. Wawancara

Wawancara dalam sebuah penelitian kualitatif tidaklah bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh kreatif individu dalam merespon realitas dan situasi ketika berlangsungnya wawancara.²² Metode ini digunakan untuk mengadakan wawancara dengan pihak responden. Responden ini seperti: pengunjung, masyarakat sekitar, dan beberapa tokoh.

b. Observasi

Metode observasi merupakan metode yang melihat, mengamati fenomena yang sedang terjadi di lapangan. Artinya, peneliti berada di lapangan dengan mengetahui proses yang terjadi. Karena demikian, metode ini memiliki kekuatan pada aspek spesifikasi, proses peniruan, dan generalisasinya.²³

²¹Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat* (Paradigma: Yogyakarta, 2005), hlm. 139.

²²Moh. Soehada, *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama (Kualitatif)*, (UIN Sunan Kalijaga Bidang Akademik, 2008), hlm. 94.

²³Earl Babbie, *Observing Ourselves: Essays in Social Research*, (USA: Weveland Press, 1986), hlm. 91-92.

c. Dokumentasi

Dokumentasi suatu metode yang mendukung guna melengkapi metode-metode yang dipakai. Dalam hal ini, dokumentasi untuk mencari data serta variabel-variabel yang berupa artikel, buku-buku, surat kabar, majalah, dokumen-dokumen resmi, juga foto.²⁴

3. Analisis Data

Fenomenologi jika ditempatkan sebagai kerangka metodologis dalam pemahaman penulis hampir sama dengan pendekatan-pendekatan yang lain atau teknik-teknik analisis yang lain. Akan tetapi sudah pasti terdapat titik perbedaannya. Dalam hal ini penulis akan memberikan beberapa hal yang sangat perlu dan merupakan inti dari metode fenomenologi. Terdapat tiga langkah reduksi terhadap data fenomenologis, yaitu reduksi fenomenologi atau *epoché*, reduksi *eidetik*, dan reduksi transendental.²⁵

Pertama adalah reduksi fenomenologis. Hal ini akan penulis jelaskan dengan istilah dan pengertian *epoché*. Epoche sebenarnya merupakan suatu proses dalam reduksi fenomenologis. Dalam hal ini perlu adanya filterisasi atau netralisasi kesadaran

²⁴Suharmi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 38.

²⁵ Ali Maksum, Pengantar Filsafat dari Klasik hingga postmodern. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm 193

untuk menemukan esensi realitas. Dalam kata lain setiap pengalaman subjek perlu disisihkan terlebih dahulu agar temuan yang sedang diteliti tidak terdistorsi oleh praduga-praduga, dan konsepsi-konsep yang mempengaruhi keaslian objek.

Kedua, reduksi *eidetik*. Yaitu reduksi *eidetic* yang menyaring dan membebaskan esensi atau inti sari dari hal-hal yang bukan esensi yang kemungkinan hanya bersifat kebetulan. Sehingga dalam reduksi ini, sungguh-sungguh ditemukan esensi yang betul, bukan kebetulan (hakikat).

Reduksi terakhir adalah reduksi transendental. Hal ini untuk menemukan subjek murni. Dalam hal ini semua yang tidak berkaitan dengan kesadaran murni disisihkan agar sampai apa yang ada dan disadari atau dirasakan oleh subjek sendiri. Jadi reduksi transendental adalah kesadaran yang dihayati oleh subjek sendiri.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini dapat disistematikan penyajiannya sebagai berikut:

Bagian pertama di dalam skripsi merupakan pengantar agenda penelitian yang menjadi dasar-dasar pedoman peneliti dalam melakukan pengamatan. Bagian ini berisi latar belakang masalah, suatu pembahasan rinci mengenai gejala-gejala sosial yang terdapat dilapangan, rumusan-rumusan masalah yang menjadi objek utama dalam penelitian ini, dan tujuan dan manfaat hasil penelitian bagi disiplin sosiologi agama,

khususnya dalam pengembangan penelitian melalui pendekatan fenomenologi. Dalam bagian pertama ini pula, terdapat kajian pustaka yang mengemukakan hasil-hasil penelitian terkait yang dilakukan sebelumnya, dan sebagai bahan perbandingan keaslian penelitian ini. Selain itu juga terdapat kerangkan teori dan metode penelitian yang berfungsi menuntun peneliti dalam melakukan penelitian, pengamatan dan wawancara, dan perumusan hasil penelitian.

Bagian kedua dalam skripsi ini, peneliti gambarkan situasi di lapangan penelitian, yang meliputi; gambaran kondisi geografis, fenomena keagamaannya, situasi social, dan budaya yang berkembanga di Masalembu. Gambaran situasi Masalembu penting sekali diuraikan dalam skripsi ini untuk menggambarkan konteks yang mendukung terhadap penelitian ini.

Pada bagian ketiga, peneliti mulai menjelaskan secara rinci gejala-gejala perkembangan *fashion* mahasiswa Masalembu. Pengematan mengenai gejala perkembangan ini yang dapat menunjukkan nilai-nilai yang mendorong perkembangan *fashion*. Di dalam menjelaskan tentang gejala perkembangan *fashion*, peneliti juga mengemukakan fenomena *fashion* di Masalembu, baik yang di kalangan masyarakat lokal umumnya, di kalangan perantau, dan yang peeling utama fenomena *fashion* mahasiswa. Sub-pembahasan berikutnya, penelitian menunjukkan faktor-faktor yang melatar-belakangi terjadi perubahan *fashion* di kalangan para mahasiswa, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal, seperti

pengaruh budaya luar (masing-masing kota, tempat perkuliahan mahasiswa Masalembu), pengaruh perkembangan teknologi, dan lain sejenisnya.

Bagian keempat peneliti mulai mengalisis nilai-nilai yang mendorong Mahasiswa dalam mengembangkan *fashion*-nya yang kemudian ditunjukkan di kampung halamannya (Masalembu). Nilai-nilai tersebut salah satunya adalah perebutan kuasa di antara mahasiswa dengan menggunakan strategi distingsi dari setiap tipe-tipe fashion yang konsumsi. Dalam bagian ini pula, peneliti mengemukakan interaksi mahasiswa Masalembu dengan pengaruh budaya luar, dan aktualisasi fashion sebagai ruang gerak mahasiswa Masalembu.

Bagian kelima merupakan sajian penutup; meliputi kesimpulan-kesimpulan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa perkembangan *fashion* mahasiswa Masalembu salah satunya merupakan hasil dorongan untuk merebut kelas istimewa di masyarakat, sehingga masyarakat mudah mengetahui model-model *fashion* masing-masing mahasiswa dari masing-masing kota. Dalam bagian ini pula peneliti mengajukan saran-saran dari hasil penelitian untuk dilakukan atau sebagai pedoman bagi penelitian berikutnya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini sudah pada tahap terakhir, yaitu kesimpulan dari berbagai pembahasan yang sudah dilakukan sebelumnya. *Fashion* yang terjadi di kalangan mahasiswa Masalembu tidak terlepas dari berbagai unsur, faktor dan beberapa persoalan yang melingkupinya. Dari beberapa hal dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kecenderungan mahasiswa untuk naik level ke yang lebih tinggi. Dalam hal ini karena ada daya saing antar mahasiswa sehingga mereka bersaing untuk mendapatkan level yang tinggi dari mahasiswa yang berasal dari kota-kota tertentu. Kenyataan ini dapat dilihat dari bagaimana mereka melakukan suatu perlombaan dengan yang lainnya. *Fashion* tidak lagi menjadi konsumsi individual untuk mencukupi kebutuhan, akan tetapi sudah menjadi arena atau wadah perebutan kelas dan dominasi atau nilai pertukaran status sosial.
2. Ketika sudah banyak kalangan yang menkonsumsi *fashion*, maka mahasiswa baik secara individual maupun kelompok mempersonalisasikan diri dalam bentuk yang lebih distitif untuk membedakan secara ketat antara dirinya dengan kelompoknya.

3. Terdapat dua faktor umum yang mempengaruhi perkembangan *fashion* mahasiswa; pertama adalah pengaruh media massa yang sangat kuat. Media massa telah membawa dampak yang luar biasa pada kehidupan mahasiswa Masalembu. Sehingga mereka mudah menerima begitu saja apa yang mereka lihat dan inginkan. Media sosial yang semakin bertaburan, mulai dari *instagram*, *facebook*, *twitter* dan sejenisnya sudah menjadi media massa komunikatif *fashion*. Arah yang seharusnya dijadikan ruang komunikatif sosial berpindah haluan pada daya saing yang kurang sehat. Dengan kenyataan ini, mahasiswa sudah terjebak pada pola kehidupan yang konsumeris; kedua adalah pengaruh lingkungan di mana mahasiswa bersangkutan berkuliahan. Dalam pengaruh ini, konsumsi fashion dipakai untuk menutupi kondisi asal kelasnya, sehingga menjadi kompensasi mobilitas sosial.
4. Konstruksi masyarakat terhadap perkembangan *fashion* mahasiswa tidak begitu saja dianggap sebagai hal yang negatif, karena memperindah penampilan juga memiliki nilai positif bagi dirinya sendirinya. Dalam kata lain, perkembangan *fashion* dianggap sebagai hal yang wajar terjadi ketika seseorang berhubungan dengan orang lain atau berhubungan dengan budaya lain. Akan tetapi hal itu bukan menjadi satu-

satunya kebanggaan jika tidak dibarengi dengan kepasitas kecerdasaan yang cemerlang.

B. SARAN

Penelitian ini fokus melihat gejala perkembangan *fashion* mahasiswa Masalembu, meliputi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan *fashion* mahasiswa Masalembu, konstruksi masyarakat terhadap perkembangan *fashion* dan dampaknya terhadap tradisi Masalembu. Penelitian ini terhadap gejala perkembangan *fashion* ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang berupaya menangkap tidak hanya apa yang tampak atau dinampakkan, tetapi juga nilai-nilai yang mendorong terhadap gejala yang tampak.

Namun demikian, tentunya masih terdapat banyak hal yang belum diamati dan dianalisis secara menyeluruh dan detail. Oleh karenanya, peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk melihat kembali fenomena perkembangan *fashion* yang ada di Masalembu, maupun di tempat lain dengan pendekatan-pendekatan yang lain.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharmi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Babbie, Earl. *Observing Ourselves: Essays in Social Research*, USA: Weveland Press, 1986.
- Baudrillard, Jean, *The Ecstasy of Communication*, terjemahan Jimmy Firdaus, Ekstasi Komunikasi, Kreasi Wacana, Yogyakarta, 2006.
- Claik, Jennifer. *The Face Of Fashion: Cultural Studies In Fashion*, Routledge: New York, 1993.
- Conway, Colleen M. *The Oxford Handbook of Qualitative Research In American Music Education*, New York: Oxford University Press, 2014.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Budaya Masyarakat Perbatasan*, Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1999.
- Djoko Pradopo, Rachmat. *Beberapa Teori Sastra, Metode, Kritik dan Penerapannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- E. Stets, Jan. dan Burke, Peter J, *Identity Theory and Social Identity Theori*, Washington State University: 2000.
- E. Palmer, Richard. *Hermeneutika: Teori Baru Mengenai Interpretasi*, terj. Musnur Henry dan Damanhuri Muhammad, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Endraswara, Suwardi. *Metode, Teori, Teknik: Penelitian Kebudayaan (Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi)*, Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006.
- Hall, Calvin S, (dkk). *Psikologi Kepribadian 2: Teori-teori Holistik (Organistik-Fenomenologis)*, Yogyakarta: Kanisius, 1993.
- Halkis, Mhd. *Konstelasi Politik Indonesia: Pancasila dalam Analisis Fenomenologi Hermeneutika*, Jakarta: Obor, 2017.
- Ibrahim, Idy Subandy. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra, 2006.
- Kaelan. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*, Paradigma: Yogyakarta, 2005.

Kellner, Douglas. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik Modern dan Postmodern*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

Mahmud, Muh. Arba'in. *Gender dan Kehutanan Masyarakat: Kajian Implementasi Pengarustaman Gender di Hutan Rakyat dan Hutan Kemasyarakatan*, Yogyakarta: Deepublish, 2015.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002.

Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Rosdakarya, 2008.

Soehada, Moh. *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama (Kualitatif)*, UIN Sunan Kalijaga Bidang Akademik, 2008.

Sutrisno, Mudji dan Hendar Putranto (ed). *Teori-Teori Kebudayaan*, Yogyakarta: Kanisius, 2005.

Thio, Alex. *Sociology (An Intro-duction)*, New York: Westview, 1987.

Pawito. *Penelitian Komunikasi Penelitian*, cet. 2, Yogykarta: LKiS, 2008.

Purbaningrum, Tiyas, *Pola Konsumsi Produk Fashion Di Kalangan Pelajar Putri*. Universitas Sebelas Maret Surakarta (skripsi), 2008.

Jurnal:

Afiatul Hidayah, "Kreativitas Produk Gelar Karya Mahasiswa Program Studi PKK Konsentrasi Tata Busana UNNES Angkatan 2010," dalam Jurnal FFEJ, Vol. 3, No. 1, 2014.

Dominikus Isak Petrus Berek, "Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya: Kajian Fenomenologis Terhadap Komunitas Street Punk Semarang," dalam Jurnal Interaksi, Vol. III, No. I, Januari 2014.

Tri Yulia Trisnawati, "Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi," dalam The Messenger, Vol. III, No. 1, Edisi Juli 2011.

Retno Hendariningrum dan M. Edi Susilo, "Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi," dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 2, Mei-Agustus 2008.

Heddy Shri Ahimsa-Putra, "Fenomenologi Agama: Pendekatan Fenomenologi untuk Memahami Agama," dalam Jurnal Walisongo, Volume 20, Nomor 2, November 2012.

Budhy Munawar-Rachman, “Fenomenologi Diri dan Konstruksi Sosial Mengenai Kebudayaan: Edmund Husserl dan Jejak-Jejaknya pada Maurice Merleau-Ponty dan Peter Berger,” dalam Jurnal Ilmu Ushuluddin, Vol.1, Nomor 6, Juli 2013.

O. Hasbiansyah, “Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi,” dalam Jurnal Mediator, Vol. 9, No. 1, Juni 2008.

Ulfah, R, IA Ratnamulyani dan M Fitriah, “Fenomena Penggunaan Foto Outfit Of The Day Di Instagram Sebagai Media Presentasi Diri,” dalam Jurnal Komunikatio. 1 April 2016.



BAYU SEGARA HIDAYAT
Dusun Ambulung , RT/RW 003/003
Kel. Sukajeruk, Kec. Masalembu, Kab. Sumenep

CURRICULUM VITAE

Data Diri

Nama	: Bayu Segara Hidayat
Tempat, Tanggal & lahir	: Sumenep, 01 Januari 1995
Status Perkawinan	: Single
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Tinggi Badan	: 170 cm
Agama	: Islam
Alamat Asal	: Dusun Ambulung , RT/RW 003/003 Kel. Sukajeruk, Kec. Masalembu, Kab. Sumenep
Alamat Tinggal	: Kost Griya Hatta, Dusun Pedak Baru RT/RW 15/07 Kel. Karangbendo Kec. Banguntapan, Kab. Bantul
Phone	: 082331595695 (call/sms) 082331595695 (whatsapp)
Email	: bayuborjan73@gmail.com



Pendidikan

SD Sukajeruk 1	2003 - 2008
SMP NEGERI 1 MASALEMBU	2008 - 2010
SMA NEGERI 1 MASALEMBU	2010 - 2012
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (S1)	2012 - 2019

Organisasi

Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)	2013 - sekarang
Keluarga Mahasiswa Sumenep Yogyakarta (KMSY)	2014 - 2016
CCSTEAM INDONESIA	2017 - sekarang

Prestasi

Event Body Contest	: Juara 3,Bupati Cup Wonosobo 17-03-2016. : Juara 1, One Bettle Warrior 17-02 2018 : Juara 1, Mos (Men Of Steel) 25-03 2018 : Juara 1, Mos (Men Of Steel) 17-11-2018
--------------------	---