

Budaya Outfit di Kalangan Mahasiswa sebagai Simbol Identitas dan Makna Sosial

Sofi Yolita¹, Hanafi Saputra^{2*}, Yaserli Amelia³, Waviatul Tanzila⁴, Yulia Yulia⁵, Tila Tila⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: hanafisaputra25@fis.unp.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital dan tingginya penetrasi media sosial telah mengubah fungsi pakaian di kalangan mahasiswa dari sekadar kebutuhan utilitarian menjadi medium komunikasi nonverbal yang sarat makna sosial, sebagaimana tercermin dalam fenomena Outfit of The Day (OOTD) yang marak di platform Instagram dan TikTok. Kajian yang secara mendalam menganalisis fenomena ini melalui kerangka teori interaksionisme simbolik masih sangat terbatas, sehingga penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis bagaimana mahasiswa memaknai budaya outfit sebagai simbol identitas dan makna sosial di lingkungan kampus menggunakan perspektif Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam terhadap 6 informan yang dipilih secara purposive, dan studi dokumen, serta dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana dengan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama: pertama, outfit berfungsi sebagai simbol sosial yang maknanya disepakati bersama dan digunakan mahasiswa untuk berkomunikasi secara nonverbal baik dalam interaksi langsung di kampus maupun di ruang digital; kedua, outfit menjadi arena pembentukan identitas diri yang dinamis melalui mekanisme self-indication, di mana identitas mahasiswa terus dinegosiasikan antara ekspresi individual dan respons sosial dari lingkungan; ketiga, outfit dimaknai sebagai instrumen pembangunan kepercayaan diri, penanda status sosial, dan wahana pemerolehan pengakuan sosial yang maknanya terus bergeser mengikuti dinamika tren media sosial. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis berupa perluasan teori Blumer ke arena digital, sekaligus implikasi praktis bagi institusi perguruan tinggi untuk merespons budaya outfit sebagai ekspresi kebutuhan identitas mahasiswa melalui program literasi media yang lebih inklusif.

Kata Kunci: Budaya OOTD; Identitas diri; Media sosial.

Abstract

The development of digital technology and the high penetration of social media have changed the function of clothing among students from merely a utilitarian need to a medium of nonverbal communication rich in social meaning, as reflected in the Outfit of The Day (OOTD) phenomenon that is rampant on Instagram and TikTok platforms. Studies that deeply analyze this phenomenon through the theoretical framework of symbolic interactionism are still very limited, so this study aims to understand and analyze how students interpret outfit culture as a symbol of identity and social meaning in the campus environment using the perspective of Herbert Blumer's Symbolic Interactionism. The study uses a descriptive qualitative approach with data collection through observation, in-depth interviews with 6 purposively selected informants, and documentation, and analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana with triangulation of sources and techniques. The results of the study show three main findings: first, outfits function as social symbols whose meanings are mutually agreed upon and used by students to communicate nonverbally both in direct interactions on campus and in digital spaces; second, outfits become an arena for dynamic identity formation through self-indication mechanisms, where student identity is continuously negotiated between individual expression and social responses from the environment; Third, outfits are interpreted as instruments for building self-confidence, markers of social status, and vehicles for gaining social recognition, the meaning of which continues to shift following the dynamics of social media trends. This research provides theoretical implications in the form of an extension of Blumer's theory to the digital arena, as well as practical implications for higher

education institutions to respond to outfit culture as an expression of students' identity needs through more inclusive media literacy programs..

Keywords: OOTD culture; Self-identity; Social media; Symbolic interactionism.

How to Cite: Yolita, S. et al. (2026). Budaya Outfit Dikalangan Mahasiswa sebagai Simbol Identitas dan Makna Sosial. *Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial*, Vol. 3 No. 1 Tahun 2026. (pp. 205-216). Padang: Universitas Negeri Padang.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2026 by author.

Pendahuluan

Berkembang pesatnya teknologi dan informasi yang telah mengubah berbagai bentuk kehidupan manusia, termasuk cara seseorang dalam menampilkan diri mereka di hadapan publik. Salah satu dampak nyata dari perkembangan era digital adalah munculnya budaya konsumtif di kalangan mahasiswa. Konsumsi tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga sebagai cara menunjukkan siapa diri mereka di dunia maya (Azizah et al., 2026). selain itu, bentuk kemajuan teknologi bisa dilihat dari media sosial yang kini menjadi wadah bagi individu untuk mengekspresikan diri, membentuk citra, sekaligus berinteraksi dengan sesama melalui berbagai bentuk tampilan visual. dalam kondisi ini, bisa kita melihat penampilan dan cara berpakaian seseorang sehingga bisa diyakini mampu mencerminkan kepribadian, nilai serta jati diri seseorang. Perkembangan teknologi informasi, terutama internet, tidak hanya menghubungkan manusia dalam skala global, tetapi juga menciptakan ruang untuk berinteraksi. Perkembangan teknologi internet menciptakan perubahan dalam cara manusia berinteraksi (Faradila & Amran, 2026).

Pakaian menjadi sebuah penampilan utama yang melekat pada tubuh manusia yang merupakan objek fisik yang paling penting apabila sedang terjadi interaksi sosial dengan individu lain atau bahkan kepada kelompok lain (Naufal, 2025). fungsi pakaian telah mengalami pergeseran yang awalnya berfungsi sebagai pelindung tubuh tetapi sekarang pakaian memiliki peran sosial dan simbolis yang signifikan. cara berpakaian seseorang dapat mengungkapkan kelas sosial, gaya hidup, selera sampai dengan identitas yang ingin disampaikan pada lingkungan sekitar. pada era modern ini, pakaian menjadi alat dalam mengkomunikasikan tanpa adanya kata-kata yang dipakai individu untuk menyampaikan pesan tertentu kepada orang lain. Melalui penyesuaian perilaku dan tampilan, individu berupaya membentuk kesan tertentu agar identitas mereka dipersepsikan sesuai harapan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana fashion berperan dalam mengekspresikan dan mengkonstruksi identitas diri di era digital (Putri, 2025). sehingga, tidak mengherankan kalau dalam memilih pakaian kerap dipengaruhi oleh lingkungan sosial, budaya setempat serta tren yang populer di masyarakat.

Tingginya pengguna media sosial yang mampu memunculkan dan berkembanglah fenomena yang dikenal dengan outfit of the day atau OOTD. OOTD merupakan suatu kebiasaan mendokumentasikan dan membagikan pilihan pakaian yang dikenakan pada hari tertentu, melalui unggahan di berbagai platform media sosial maupun dalam keseharian. Kehadiran media sosial tidak sekadar memperbarui cara individu berkomunikasi, tetapi juga mentransformasi cara mereka membangun citra diri, menjalin relasi, dan memaknai eksistensinya di ruang sosial digital (Rusli & Fatra Emil, 2025). meskipun awalnya trend OOTD lebih banyak dikenalkan oleh influencer melalui media sosial. melalui OOTD, seseorang bukan lagi memamerkan pakaian yang digunakan tetapi melainkan untuk membangun citra diri dan mengejar pengakuan dari lingkungan sosialnya.

Di lingkungan kampus, budaya OOTD semakin nyata terlihat dalam keseharian mahasiswa. kini kampus menjadi tempat sebagai ruang pertemuan berbagai individu dengan latar belakang yang berbeda dan beragam yang melahirkan perubahan baru dalam cara mahasiswa memperlihatkan dirinya kepada orang lain. jika dilihat pada lingkungan kampus penampilan menjadi hal yang kerap diperhatikan karena berpengaruh pada kesan pertama dan penerimaan lingkungan sosial, serta rasa percaya diri dalam pergaulan. sehingga banyak mahasiswa mulai memperhatikan cara pakaian yang digunakan dalam dunia perkuliahan, padahal dibanding semasa sekolah hal seperti itu tidak diperhatikan bahkan tidak terlalu mereka pikirkan. ini artinya Individu dapat berpartisipasi (ikut serta) dengan lingkungannya, dan individu senantiasa berusaha untuk menyesuaikan dirinya dengan lingkungannya karena lingkungan itu menjadi salah satu faktor pertama yang mempengaruhi seseorang (Oktialista & Erianjoni, 2019).

Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan, budaya Outfit of The Day (OOTD) saat ini tidak lagi hanya berkaitan dengan cara seseorang berpakaian, tetapi juga menjadi cara untuk menunjukkan

identitas diri dan keberadaan mereka di lingkungan sosial. Penelitian oleh [Agustina et al., \(2025\)](#) menunjukkan bahwa OOTD digunakan untuk menampilkan karakter diri sekaligus kedekatan dengan kelompok sosial tertentu. Hasil penelitian tersebut didukung oleh [\(Nugraha, 2024\)](#) yang menjelaskan bahwa unggahan OOTD di media sosial membantu mahasiswa membentuk dan menunjukkan identitas dirinya kepada orang lain. Selain itu, [\(Cahyaningtyas & Iqbal, 2021\)](#) menemukan bahwa mahasiswa sering menggunakan penampilan dan unggahan fashion sebagai cara membangun citra diri dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Sementara itu, [\(Firinanda et al., 2023\)](#) menjelaskan bahwa OOTD juga dimanfaatkan sebagai sarana self-branding, yaitu upaya menampilkan kesan diri yang diinginkan, sehingga dapat meningkatkan rasa percaya diri dan memperkuat eksistensi sosial.

Selain berkaitan dengan identitas diri, budaya OOTD juga memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Temuan [\(Firdaus, 2020\)](#) menunjukkan bahwa penggunaan merek pakaian tertentu sering dijadikan simbol status sosial dan cara untuk memperoleh penerimaan dalam kelompok pertemanan. Penelitian [Nisak & Tutik, \(2022\)](#) menunjukkan bahwa keinginan untuk tampil menarik, pengaruh teman sebaya, serta perkembangan tren fashion membuat mahasiswa cenderung lebih sering membeli produk fashion untuk menunjang penampilan mereka. [Kristiana \(2019\)](#) juga menjelaskan bahwa keinginan untuk mengikuti tren yang sedang populer di media sosial dapat mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Temuan tersebut diperkuat oleh [\(Fithrah et al, 2026\)](#) yang menemukan bahwa fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) mendorong mahasiswa melakukan pembelian produk fashion secara impulsif agar tetap terlihat mengikuti tren dan memperoleh pengakuan sosial di media sosial.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membahas budaya OOTD dari berbagai sudut pandang, kajian yang ada masih didominasi oleh pembahasan mengenai pembentukan identitas diri, perilaku konsumtif, serta pengaruh media sosial terhadap gaya berpakaian mahasiswa. Penelitian-penelitian tersebut belum secara mendalam menyentuh bagaimana mahasiswa sendiri memaknai budaya OOTD sebagai simbol identitas dan makna sosial dalam konteks kehidupan kampus secara langsung. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam studi-studi sebelumnya cenderung bersifat deskriptif dan kuantitatif, sehingga proses pembentukan makna yang terjadi melalui interaksi sosial di lingkungan perguruan tinggi belum tergali secara mendalam. Oleh karena itu, terdapat celah penelitian yang perlu diisi, yakni kajian yang secara spesifik menganalisis bagaimana mahasiswa memaknai dan menggunakan outfit sebagai simbol dalam interaksi sosial di kampus dengan menggunakan kerangka teori interaksionisme simbolik Herbert Blumer sebagai pisau analisisnya.

Kebaruan dari penelitian ini terlihat pada kajian budaya outfit di kalangan mahasiswa yang tidak hanya dipahami sebagai sebuah trend fashion, gaya hidup, atau perilaku tetapi sebagai simbol identitas dan makna sosial yang dikonstruksi melalui interaksi sosial di lingkungan kampus. penelitian ini berfokus pada bagaimana mahasiswa memaknai outfit yang mereka pakai, bagaimana outfit digunakan untuk menampilkan identitas diri, serta bagaimana makna sosial terbentuk melalui interaksi antar mahasiswa. selain itu, penelitian ini menggunakan perspektif interaksionisme simbolik herbert blumer untuk menjelaskan proses pembentukan makna dibalik praktik pakaian mahasiswa, sehingga tidak hanya mendeskripsikan fenomena budaya outfit, tetapi juga menganalisis proses sosial yang melatarbelakangi terbentuknya identitas dan makna sosial dalam kehidupan kampus. Dengan demikian, penelitian ini memberikan hal baru dalam kajian sosiologi dengan menempatkan outfit sebagai hasil konstruksi makna sosial yang dibangun dan dinegosiasikan melalui interaksi sehari-hari mahasiswa.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai budaya outfit sebagai simbol identitas dan makna sosial di lingkungan kampus. penelitian yang mengkaji cara mahasiswa memberikan makna terhadap outfit yang mereka pakai, bagaimana outfit digunakan untuk mengekspresikan identitas diri, serta bagaimana makna sosial terbentuk melalui interaksi dengan teman dan lingkungan kampus.

Penelitian tentang budaya outfit di kalangan mahasiswa menjadi penting untuk dilakukan karena fenomena ini semakin melekat dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa, baik dalam interaksi langsung di kampus maupun melalui media sosial. saat ini outfit tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan berpakaian lagi tetapi telah menjadi sebagai media untuk menunjukkan identitas diri, membangun kesan tertentu serta memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial. perkembangan teknologi digital serta tingginya pengguna media sosial ikut mendorong mahasiswa untuk lebih memperhatikan penampilan sebagai bagian dari cara mereka menampilkan dirinya kepada orang lain. Fenomena saat inilah yang membuat Mahasiswa tidak hanya menggunakan Internet untuk keperluan Pendidikan saja, melainkan Mahasiswa juga banyak mencari tahu tentang informasi trend fashion terbaru [\(Bisyri & Rahman, 2023\)](#) (bisyri, rahman). meskipun demikian, kajian yang membahas secara mendalam bagaimana mahasiswa memaknai outfit sebagai simbol identitas dan makna sosial dalam kehidupan kampus masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses terbentuknya makna di balik budaya outfit serta perannya dalam membangun identitas dan hubungan sosial di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis bagaimana mahasiswa memaknai budaya outfit sebagai simbol identitas dan makna sosial dalam lingkungan kampus. serta menjelaskan makna-makna sosial yang muncul melalui penggunaan outfit dalam interaksi sehari-hari. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses terbentuknya makna tersebut melalui perspektif Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran outfit sebagai bagian dari proses pembentukan identitas dan konstruksi makna sosial dalam kehidupan mahasiswa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang dipilih karena penelitian ini berupaya memahami secara mendalam bagaimana mahasiswa memaknai budaya OOTD serta bagaimana praktik tersebut digunakan dalam kehidupan sosial mereka. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, pandangan, dan interpretasi informan mengenai suatu fenomena sosial yang berlangsung dalam konteks kehidupan sehari-hari (Sugiyono, 2020). Sejalan dengan hal tersebut, pendekatan ini juga dipandang relevan karena penelitian kualitatif menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dalam konteks alamiahnya, dengan menitikberatkan pada bagaimana individu memahami dan memberi makna terhadap pengalaman mereka, bukan sekadar pada pengukuran dan angka statistik (Sumbodo, 2024). Selain itu, Rasyid (2022) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman fenomena secara menyeluruh melalui pengumpulan data dalam bentuk kata-kata dan tindakan yang berlangsung dalam situasi alamiah. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara dan observasi lapangan, mencakup informasi mengenai pengalaman, pandangan, motivasi, serta pemaknaan mahasiswa terhadap budaya OOTD (Sulung, 2024), sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dokumen pendukung, serta konten media sosial yang berkaitan dengan fenomena OOTD dan identitas sosial mahasiswa.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, karena ketiganya merupakan teknik yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh data yang bersifat kontekstual dan mendalam (Tumurang, 2024). Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung perilaku mahasiswa dalam menampilkan gaya berpakaian, baik di lingkungan kampus maupun media sosial, guna melihat bagaimana simbol-simbol dalam penampilan digunakan dalam interaksi sosial. Wawancara mendalam dilakukan kepada informan yang dipilih secara purposive sebanyak 6 informan dengan latar mahasiswa yang memiliki gaya yang ber outfit di lingkungan kampus dan media sosial agar peneliti memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai pandangan dan pengalaman informan terkait budaya OOTD, sementara dokumentasi berupa foto, arsip, catatan lapangan, dan unggahan media sosial digunakan sebagai pelengkap data, karena dokumen yang memiliki nilai epistemik dan fungsional dapat memperkuat dan mendukung hasil observasi serta wawancara (Tumurang, 2024). Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data ini diyakini dapat membantu peneliti memperoleh informasi yang lebih lengkap dan meningkatkan kualitas temuan penelitian (Sugiyono, 2020). Analisis data mengacu pada model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, dimana proses ini bersifat iteratif dan reflektif sehingga peneliti terus memeriksa dan memvalidasi temuan melalui pengumpulan data tambahan dan refleksi kritis (Saldana, 2014). Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu membandingkan informasi dari beberapa informan yang berbeda serta mencocokkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama (Susanto & Jailani, 2023) guna meningkatkan kredibilitas data dan memastikan bahwa temuan penelitian benar-benar mencerminkan kondisi yang terjadi di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Budaya Outfit sebagai Hasil Konstruksi Makna Sosial

berdasarkan hasil wawancara, budaya pakaian mahasiswa dibentuk oleh interaksi mereka dengan media sosial, khususnya Instagram, di mana mereka aktif mengakses konten, termasuk OOTD (Outfit of the Day), yang menampilkan berbagai gaya pakaian. Mahasiswa tetap terpapar tren fashion yang berkembang karena banyaknya penggunaan Instagram. Selanjutnya, situasi ini membentuk persepsi siswa tentang cara berpakaian yang dianggap menarik, gaya, dan sesuai dengan lingkungan pergaulan mereka.

Ketertarikan mahasiswa terhadap konten OOTD muncul karena konten tersebut terlihat menarik dan membuat dirinya ingin mencoba gaya yang ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan

terhadap outfit terbentuk melalui proses melihat dan mengamati konten yang berulang kali muncul di media sosial. hal ini diungkapkan oleh informan M:

"Kalau bagi aku sih, outfit itu sebagai ruang mengekspresikan diri. Outfit menjadi cara untuk menunjukkan jati diri dan apa yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Selain itu, melalui outfit seseorang dapat memperlihatkan karakter dirinya. Jadi, outfit bukan hanya pakaian, tetapi juga bentuk ekspresi diri." (wawancara 11 Mei 2026).

Menurut pernyataan tersebut, itu menunjukkan bahwa Instagram menjadi tempat di mana siswa melihat berbagai model pakaian, mendorong mereka untuk mengikuti atau menyesuaikan diri dengan tren yang sedang berkembang. Outfit, yang pada awalnya hanya diperlukan sebagai pakaian, sekarang menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa.

Temuan yang sama juga ditemukan pada informan L yang menyatakan bahwa konten OOTD menarik karena dapat menjadi referensi dalam memadukan pakaian ketika pergi ke kampus maupun berkumpul bersama teman. Sementara itu, informan A memandang konten OOTD sebagai sumber inspirasi untuk menciptakan tampilan yang modis melalui kombinasi pakaian yang sederhana. Informan N juga mengungkapkan bahwa visual yang menarik dalam konten OOTD membuat dirinya terdorong untuk mencoba gaya berpakaian yang serupa. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya outfit di kalangan mahasiswa terbentuk melalui proses belajar sosial dari berbagai konten yang mereka lihat di Instagram.

Ketertarikannya terhadap konten OOTD tidak selalu membuatnya mengikuti seluruh tren yang ada. Informan lebih memilih menyesuaikan tren dengan kebutuhan, selera, dan kemampuan finansial yang dimiliki. Informan E menyatakan bahwa:

"Menurut saya, OOTD merupakan sarana untuk mengekspresikan diri dan membangun personal branding. Pakaian dapat menggambarkan karakter, selera, dan kreativitas seseorang. Selain itu, OOTD menjadi wadah untuk menunjukkan gaya pribadi tanpa harus terlihat mahal. Melalui outfit, seseorang dapat menampilkan citra dirinya kepada orang lain." (wawancara 11 Mei 2026).

Menurut pernyataan diatas, ternyata OOTD itu menjadi sebuah arena atau tempat dalam mengekspresikan diri mereka melalui media sosial dan secara langsung pada lingkungan kampus. sehingga dengan adanya OOTD ini seseorang bisa menampilkan diri mereka kepada orang lain tanpa harus berkata-kata karena orang lain akan mampu mengetahui bagaimana citra diri seseorang.

Berdasarkan temuan tersebut dapat dipahami bahwa budaya outfit di kalangan mahasiswa merupakan hasil dari proses interaksi yang berlangsung secara terus-menerus melalui media sosial. Mahasiswa membangun pemaknaan terhadap outfit berdasarkan informasi, tren, dan referensi yang mereka peroleh dari Instagram sehingga outfit menjadi bagian dari budaya keseharian mahasiswa.

Outfit Sebagai Simbol Identitas Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa outfit tidak hanya dimaknai sebagai kebutuhan berpakaian, tetapi juga sebagai simbol identitas yang digunakan mahasiswa untuk menunjukkan karakter dan kepribadian mereka. Cara berpakaian menjadi salah satu bentuk ekspresi yang digunakan mahasiswa untuk memperlihatkan bagaimana mereka ingin dikenali dan dipersepsikan oleh orang lain. Oleh karena itu, outfit memiliki peran penting dalam membentuk citra diri mahasiswa di lingkungan sosial

Outfit merupakan jati diri dan cara seseorang mengekspresikan dirinya kepada orang lain. Outfit menjadi media untuk menunjukkan siapa dirinya melalui pilihan pakaian yang digunakan. hal ini diungkapkan oleh informan A:

"Menurut aku, outfit itu merupakan jati diri seseorang. Cara berpakaian dapat menunjukkan bagaimana diri kita dan menjadi sarana untuk mengekspresikan diri. Melalui outfit, seseorang dapat memperlihatkan karakter yang dimilikinya. Karena itu, outfit menjadi bagian dari identitas diri." (wawancara 11 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa outfit dipandang sebagai representasi diri yang dapat menggambarkan karakter seseorang. Mahasiswa menggunakan pakaian tertentu bukan hanya karena mengikuti tren, tetapi juga karena ingin menampilkan identitas yang sesuai dengan dirinya. Pandangan yang hampir sama juga disampaikan oleh Informan M yang menganggap outfit sebagai ruang untuk mengekspresikan diri dan menampilkan jati diri kepada orang lain.

Adapun informan T mengungkapkan bahwa:

"Menurut saya, outfit merupakan cerminan diri seseorang. Cara berpakaian dapat menunjukkan bagaimana seseorang menghargai dirinya sendiri dan orang lain. Outfit juga

memberikan gambaran mengenai karakter seseorang, terutama di lingkungan kampus. Oleh karena itu, outfit memiliki makna lebih dari sekadar penampilan." (wawancara 11 Mei 2026).

Berdasarkan pernyataan tersebut, memaknai outfit sebagai gambaran diri yang menunjukkan bahwa bagaimana seseorang menghargai dirinya sendiri dan orang lain melalui cara berpakaian. outfit dapat memberikan gambaran mengenai kepribadian seseorang, terutama ketika berada di lingkungan kampus

Sementara itu, Informan E ungkapkan bahwa:

"Menurut saya, OOTD merupakan sarana untuk mengekspresikan diri dan membangun personal branding. Pakaian dapat menggambarkan karakter, selera, dan kreativitas seseorang. Selain itu, OOTD menjadi wadah untuk menunjukkan gaya pribadi tanpa harus terlihat mahal. Melalui outfit, seseorang dapat menampilkan citra dirinya kepada orang lain." (wawancara 11 Mei 2026).

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa OOTD merupakan sarana untuk mengekspresikan diri sekaligus membangun personal branding. Menurut informan E, pakaian dapat menjadi media yang menunjukkan selera, kreativitas, dan karakter diri seseorang. sehingga OOTD menjadi salah satu cara seseorang dalam menampilkan diri mereka sebenarnya tanpa harus mengatakan secara langsung kepada orang lain.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa outfit telah menjadi simbol identitas bagi mahasiswa. Melalui outfit yang dikenakan, mahasiswa berusaha menunjukkan karakter, selera, dan citra diri yang ingin mereka tampilkan kepada lingkungan sosialnya.

Makna Sosial Outfit Dalam Interaksi Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa outfit memiliki makna sosial yang penting dalam kehidupan mahasiswa. Outfit tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik, tetapi juga mempengaruhi rasa percaya diri, cara berinteraksi, dan kesan yang ditampilkan kepada orang lain. Dalam kehidupan kampus, penampilan sering kali menjadi salah satu aspek yang diperhatikan ketika seseorang berinteraksi dengan teman sebaya maupun lingkungan sosial yang lebih luas.

Outfit dapat meningkatkan rasa percaya diri ketika bertemu dan berinteraksi dengan orang lain. Menurutny, penampilan yang baik dapat memberikan kenyamanan sehingga seseorang lebih percaya diri dalam menjalani aktivitas sehari-hari. sebagaimana yang dikatakan oleh informan L :

"Kalau menurut saya, outfit tidak hanya berfungsi untuk penampilan saja. Outfit juga dapat meningkatkan rasa percaya diri ketika bertemu dan berinteraksi dengan orang lain. Saat menggunakan pakaian yang sesuai, seseorang akan merasa lebih nyaman. Kenyamanan tersebut kemudian mendorong munculnya rasa percaya diri." (wawancara 11 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa outfit memiliki fungsi sosial karena dapat mempengaruhi cara seseorang membawa diri dalam lingkungan sosial. Mahasiswa yang merasa nyaman dengan outfit yang dikenakan cenderung lebih percaya diri dalam berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan orang lain. Hal yang sama juga disampaikan oleh Informan N yang menilai bahwa outfit berfungsi sebagai penunjang kenyamanan dan rasa percaya diri dalam aktivitas sehari-hari.

Selain berkaitan dengan rasa percaya diri, outfit juga berhubungan dengan respons sosial yang diterima mahasiswa di media sosial. Beberapa informan mengakui bahwa like dan komentar pada unggahan outfit dapat menjadi bentuk perhatian dari orang lain. Namun, mayoritas informan berpendapat bahwa jumlah like dan komentar bukanlah ukuran utama keberhasilan dalam berpenampilan. Mereka lebih mengutamakan kenyamanan dan kepuasan diri dibandingkan validasi dari pengguna media sosial.

Menariknya, seluruh informan mengaku tidak merasa minder apabila tidak mengikuti tren fashion yang sedang berkembang. Mereka menilai bahwa setiap individu memiliki gaya berpakaian, kenyamanan, dan preferensi masing-masing. Oleh karena itu, mengikuti tren bukanlah suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap mahasiswa.

Temuan ini menunjukkan bahwa outfit memiliki makna sosial sebagai sarana membangun rasa percaya diri, memperlihatkan citra diri mereka, dan mendukung interaksi sosial mahasiswa. Meskipun media sosial turut mempengaruhi cara mahasiswa memandang penampilan, mereka tetap memiliki kebebasan untuk menentukan gaya berpakaian yang sesuai dengan identitas dan kenyamanan masing-masing.

Pembahasan

Teori interaksionisme simbolik herbert blumer menjelaskan bahwa manusia itu bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang mereka berikan terhadap hal tersebut, dimana makna tersebut lahir dari proses interaksi sosial yang kemudian dimodifikasi melalui proses interpretasi yang bersifat individual. teori

ini menegaskan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan tetapi merupakan hasil konstruksi yang dinamis dan terus bernegosiasi dalam kehidupan sosial. jika dilihat dalam konteks budaya outfit kalangan mahasiswa, pakaian tidak lagi sekedar memenuhi fungsi sebagai penutup tubuh melainkan telah bertransformasi menjadi sebuah sistem tanda yang kompleks dan memiliki makna.

Outfit yang dikenakan oleh mahasiswa berfungsi sebagai media komunikasi nonverbal yang memungkinkan individu mengekspresikan identitas dirinya dan meraih pengakuan sosial dalam lingkungan kampus maupun ruang digital. Dalam sebuah penelitian (Qorib et al., 2023) dalam kajian mereka tentang busana sebagai ekspresi identitas mahasiswa, pakaian menghadirkan makna tentang berpakaian sebagai gaya hidup yang digunakan oleh individu untuk memperoleh suatu posisi tertentu dalam masyarakat.

Berdasarkan temuan penelitian, budaya outfit di kalangan mahasiswa dapat dianalisis secara mendalam melalui tiga konsep utama dalam teori interaksionisme simbolik herbert blumer, yaitu simbol, identitas, dan makna sosial. sehingga dibagi kedalam beberapa sub bab agar membantu mempermudah dalam menganalisis.

Outfit sebagai simbol dalam interaksi sosial mahasiswa

Dalam teori blumer, simbol merupakan suatu elemen yang paling penting dalam kehidupan sosial karena memungkinkan manusia untuk berkomunikasi, memahami tindakan orang lain, dan menyampaikan maksud tertentu kepada lingkungannya. simbol tidak memiliki makna yang melekat secara tetap, mengapa demikian karena makna melekat pada simbol melalui suatu proses kesepakatan sosial yang berlangsung dalam interaksi. dalam konteks penelitian ini, outfit yang dikenakan mahasiswa berfungsi sebagai simbol sosial yang merepresentasikan karakter, orientasi gaya hidup dan citra diri seseorang dihadapan komunitas sosialnya.

Dalam pilihan pakaian mahasiswa tidak semata-mata didorong oleh pertimbangan kenyamanan fungsional saja. tetapi melainkan, oleh pertimbangan tentang kesan yang ingin ditampilkan. sebagaimana ditegaskan oleh penelitian sosiologi fashion yang berkembang pesat, fashion berperan sebagai bahasa nonverbal yang digunakan individu untuk mengkomunikasikan aspek-aspek identitas dirinya kepada orang lain (Fitri & Fauzi, 2023). Dalam perspektif ini, penggunaan pakaian rapi dan formal sering diinterpretasikan sebagai simbol kedisiplinan dan keseriusan dalam menjalani perkuliahan, sementara outfit yang mengikuti tren mode terkini dibaca sebagai penanda mahasiswa yang dinamis dan melek budaya modern.

Simbol yang memiliki makna bersama dan dipahami secara konsisten oleh anggota suatu komunitas sosial. Dalam praktiknya, ketika seorang mahasiswa mengenakan outfit tertentu, mahasiswa lain akan melakukan proses interpretasi terhadap simbol tersebut berdasarkan referensi budaya dan pengalaman sosial yang dimiliki. Proses ini sejalan dengan apa yang diidentifikasi oleh Cahyaningtyas & Iqbal (2021) bahwa melalui proses appearance management, individu menggunakan pakaian dalam negosiasi identitas yang berlangsung terus-menerus, di mana penampilan menjadi moda komunikasi yang memunculkan ke permukaan makna-makna yang tidak mudah diekspresikan melalui kata-kata.

Aspek simbolik Outfit semakin kompleks dengan hadirnya media sosial sebagai tempat interaksi baru. Mahasiswa tidak hanya mengekspresikan diri melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui unggahan konten fashion di platform digital. Fenomena Outfit of The Day (OOTD) yang marak di Instagram dan TikTok menjadi manifestasi nyata dari fungsi simbolik pakaian di era digital. Penelitian Hasbullah, (2022) dalam kajian mereka tentang tren outfit transition di TikTok menemukan bahwa konten fashion digital merupakan praktik naratif di mana pilihan pakaian, kosmetik, dan estetika individu ditampilkan kepada audiens sebagai cara untuk mengkomunikasikan identitas gender, ras, dan kelas secara sekaligus. Dengan demikian, outfit tidak hanya berfungsi sebagai simbol dalam interaksi langsung, tetapi juga menjadi alat konstruksi citra diri di ruang publik digital yang audiensnya jauh lebih luas dan beragam.

Kemudian, sebagaimana dikemukakan oleh penelitian sosiologi fashion kontemporer, fashion berperan sebagai cermin era yang merefleksikan ideologi masyarakat pada suatu masa tertentu (Freeman, 2023). Makna simbolik outfit, dengan demikian, tidak bersifat statis melainkan terus bergeser mengikuti dinamika sosial, kultural, dan teknologi yang melingkupi kehidupan mahasiswa.

Outfit sebagai pembentuk identitas diri mahasiswa

Konsep identitas dalam kerangka teori Blumer memiliki karakter yang membedakannya dari yang lain, identitas bukan sesuatu yang ada yang telah ada dalam diri individu, melainkan sesuatu yang terus-menerus dibentuk, dipertahankan, dan dimodifikasi melalui proses interaksi sosial. Identitas bersifat relasional dan kontekstual karena ia muncul dalam dinamika antara individu dengan lingkungan sosialnya. Dalam penelitian ini, budaya outfit terbukti menjadi salah satu arena paling signifikan bagi mahasiswa dalam menegosiasikan dan memperkuat identitas dirinya

Pakaian dipilih oleh mahasiswa bukan hanya sebagai bahan penutup, melainkan sebagai pernyataan identitas yang disengaja. Setiap elemen outfit, mulai dari pemilihan warna, model, merek, hingga cara memadukan item pakaian, merupakan bentuk ekspresi identitas yang membedakan seseorang dari individu

lainnya. Temuan ini selaras dengan kajian yang dilakukan oleh [Ambas & Gargoles \(2025\)](#) yang menyimpulkan bahwa individu menggunakan pakaian untuk mengekspresikan identitas sosial mereka, yang menandakan keanggotaan dalam kelompok tertentu sekaligus membedakan diri dari kelompok lainnya. Sebagian mahasiswa membangun identitas sebagai pribadi yang sederhana dan autentik melalui pilihan kasual yang tidak mencolok, sementara yang lain secara sadar memilih outfit modis sebagai penanda identitas diri yang kreatif, percaya diri, dan melek tren.

Dalam perspektif Interaksionisme Simbolik, proses pembentukan identitas ini beroperasi melalui mekanisme "self-indication" yang dikemukakan Blumer, yaitu kapasitas individu untuk menafsirkan dirinya sendiri berdasarkan respons yang diterima dari orang lain. Cara ini sangat relevan dalam konteks pergaulan mahasiswa yang intensif. Penelitian tentang self-concept dan clothing [Zholdybayeva & Zabun, \(2025\)](#) menemukan bahwa ketika mahasiswa diberi kebebasan dalam memilih pakaian, hal tersebut memberdayakan mereka untuk mengekspresikan kepribadian unik dan latar belakang kultural masing-masing, yang pada gilirannya menumbuhkan konsep diri yang positif dan rasa agen diri. Mahasiswa yang memperoleh apresiasi atas penampilannya cenderung mempertahankan bahkan mengembangkan gaya berpakaian tersebut, sedangkan respons negatif mendorong penyesuaian dan eksperimentasi.

Dimensi identitas kolektif dalam budaya outfit juga tidak dapat diabaikan. Mahasiswa cenderung menyesuaikan gaya berpakaian mereka dengan identitas kelompok sosial yang ingin mereka afiliasikan. [Abid et al., \(2026\)](#) dalam kajian komprehensif mereka menemukan bahwa remaja dan dewasa muda khususnya tertarik menggunakan pakaian sebagai wahana ekspresi identitas dan afiliasi teman sebaya, di mana pakaian berfungsi sebagai sinyal identitas dan rasa memiliki secara sosial. Temuan ini mengonfirmasi bahwa identitas yang dibangun melalui outfit tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kolektif dan berbasis komunitas.

Perkembangan media sosial secara signifikan memperluas dan mengkompleksifikasi arena pembentukan identitas melalui outfit. Penelitian oleh [Stolovy, \(2024; Zhu & Xiong, 2022\)](#) yang menginvestigasi hubungan antara self-presentation, fear of missing out, dan adiksi media sosial pada 2.744 mahasiswa menemukan bahwa informasi yang paling banyak diunggah adalah foto dan video pribadi, yang mencerminkan kecenderungan kuat mahasiswa untuk menggunakan platform digital sebagai ruang presentasi diri. Dalam konteks ini, konten OOTD menjadi format yang paling populer karena memungkinkan mahasiswa menampilkan identitas yang diinginkan kepada orang lain secara lebih luas dari lingkaran pertemanan langsung mereka. Penelitian tentang konstruksi identitas mahasiswa dalam fenomena OOTD ([Keogan, 2013](#)) mengonfirmasi bahwa proses konstruksi identitas mahasiswa dimulai ketika mereka memperoleh persepsi tertentu tentang OOTD seperti up-to-date, fashionable, dan prestisius melalui ruang virtual, yang kemudian mendorong lahirnya identitas-identitas baru.

Identitas yang dibentuk melalui outfit, dengan demikian, merupakan konstruksi yang terus bergerak dan bernegosiasi antara ekspresi diri individual, tekanan normatif kelompok sebaya, dan perubahan tren yang mengalir melalui media digital. Sebagaimana diidentifikasi oleh penelitian tentang representasi identitas mahasiswa melalui gaya berpakaian di TikTok ([Piga & Domenico, 2023](#)), identitas mahasiswa tidak bersifat tetap, melainkan dinamis dan terbentuk dari interaksi kompleks antara nilai-nilai budaya, arus budaya populer, dan ekspresi diri individu.

Makna sosial outfit dalam kehidupan mahasiswa

Konsep makna merupakan bagian ketiga sekaligus yang paling penting dalam teori Interaksionisme Simbolik Blumer. Menurut Blumer, makna tidak melekat secara tetap dalam objek atau tindakan itu sendiri, melainkan lahir dari proses interaksi sosial dan terus dimodifikasi melalui interpretasi. Makna bersifat intersubjektif dan kontekstual sehingga ia diproduksi, dipertahankan, dan ditransformasi dalam dinamika relasi sosial yang terus berubah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai outfit jauh melebihi fungsi sebagai pakaian semata. Outfit dimaknai sebagai instrumen pembangunan kepercayaan diri, tempat pemerolehan pengakuan sosial, dan penanda eksistensi dalam arena pergaulan. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh [Qorib et al., \(2023\)](#) tentang pengaruh tren fashion terhadap mahasiswa yang menemukan bahwa trend fashion berfungsi sebagai sarana ekspresi diri dan rasa memiliki secara sosial, di mana pola konsumsi pakaian berkontribusi pada konstruksi identitas sosial. Rasa percaya diri yang lahir dari kepuasan atas penampilan kemudian secara signifikan mempengaruhi kualitas interaksi sosial mahasiswa, baik dengan sesama mahasiswa maupun dalam relasi formal dengan dosen dan institusi.

Outfit juga dimaknai sebagai penanda status sosial. Meskipun sering beroperasi di bawah ambang kesadaran, penggunaan merek tertentu atau gaya berpakaian tertentu secara sosial diasosiasikan dengan kondisi ekonomi, latar belakang keluarga, dan gaya hidup seseorang. Penelitian ([Skulsuthavong & Wang, 2025](#)) dalam *Journal of Product & Brand Management* menemukan bahwa dengan melelehnya peran barang mewah sebagai penanda status, individu semakin mengalihkan konsumsi yang mencolok ke ruang

digital sebagai cara untuk memperoleh afirmasi sosial. Dalam konteks mahasiswa, dinamika ini termanifestasi dalam praktik pameran outfit di media sosial yang seringkali dimotivasi oleh keinginan untuk memposisikan diri secara sosial di mata komunitas pergaulan.

Perubahan makna outfit semakin berlapis ketika berinteraksi dengan media sosial. Platform Instagram dan TikTok telah mentransformasi cara mahasiswa memaknai penampilan dan memperoleh validasi sosial. Penelitian tentang pengaruh media sosial pada konsumsi fashion remaja (Ambas & Gargoles, 2025) menemukan bahwa platform media sosial mendorong budaya partisipatif di mana pengguna terlibat dengan tren fashion melalui komentar, likes, dan berbagi konten, yang menghasilkan umpan balik instan terhadap gaya atau koleksi baru. Interaksi digital ini menghasilkan makna baru bahwa outfit tidak hanya merupakan urusan pribadi, tetapi juga menjadi komoditas sosial yang nilai dan maknanya ditentukan secara kolektif oleh komunitas virtual.

Penelitian tentang media sosial sebagai cermin digital identitas Zhu & Xiong, (2022) mengidentifikasi bahwa platform seperti Instagram berfungsi sebagai "ruang bermain identitas" di mana pengguna secara aktif bereksperimen dengan berbagai representasi diri, yang seringkali dibentuk oleh umpan balik langsung dari sesama dan norma-norma yang tertanam dalam masing-masing platform. Dalam konteks ini, unggahan OOTD yang memperoleh banyak respons positif memperkuat keyakinan mahasiswa bahwa penampilan merupakan kapital sosial yang penting dalam kehidupan sosial kontemporer.

Dinamika makna outfit juga berpengaruh secara signifikan oleh kehadiran influencer dan budaya digital. Penelitian tentang dampak media sosial pada konsumsi fashion kalangan muda (Darshan et al., 2025) menunjukkan bahwa influencer mempresentasikan tren dalam konteks kehidupan sehari-hari yang relatable, menjadikan gaya-gaya tertentu lebih mudah diakses dan menarik bagi mahasiswa. Koneksi antara influencer dan pengikutnya menciptakan hubungan kepercayaan yang memengaruhi bagaimana mahasiswa memaknai dan mengadopsi pilihan-pilihan outfit tertentu sebagai bagian dari ekspresi diri yang autentik.

Prinsip perubahan makna yang dikemukakan Blumer terkonfirmasi dengan jelas dalam perubahan tren fashion mahasiswa yang mengalami perubahan yang sangat cepat di era media sosial. Penelitian yang dipublikasikan dalam *Fashioning Society: An Exploration of Collective Behaviour and Cultural Change Through Symbolic Interactionism* (Ambas & Gargoles, 2025) menegaskan bahwa interaksionisme simbolik perlu mempertimbangkan peran ruang digital dan virtual dalam membentuk ulang makna-makna simbolik fashion serta dampaknya terhadap interaksi sosial. Makna yang diberikan mahasiswa terhadap outfit hari ini dapat bergeser esok hari seiring arus tren yang mengalir melalui jaringan media sosial, menunjukkan bahwa proses pemaknaan outfit merupakan proses yang tidak pernah final dan selalu terbuka untuk renegosiasi.

Budaya outfit sebagai hasil konstruksi simbol, identitas, dan makna sosial

Analisis terhadap ketiga konsep Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer yang telah dipaparkan di atas menunjukkan bahwa budaya outfit di kalangan mahasiswa merupakan fenomena sosial yang terstruktur dan bermakna, bukan sekadar tren permukaan. Budaya outfit adalah produk konstruksi sosial yang lahir dari hubungan dialektis antara simbol, identitas, dan makna yang terus-menerus bernegosiasi dalam dinamika interaksi sosial.

Outfit berfungsi sebagai simbol yang digunakan mahasiswa untuk berkomunikasi dengan lingkungan sosial. Kajian sosiologi fashion yang dikembangkan oleh para peneliti kontemporer menegaskan bahwa fashion menganalisis peran pakaian dalam pembentukan identitas, dampak kelas sosial pada konsumsi fashion, dan pengaruh konsumerisme pada tren fashion kontemporer, dengan menyoroti peran ganda fashion sebagai kekuatan pemersatu budaya sekaligus wahana diferensiasi sosial (Brown et al., 2025). Simbol-simbol fashion tersebut kemudian menjadi tempat pembentukan identitas diri melalui proses interaksi dan negosiasi pengakuan sosial yang berlangsung baik dalam ruang kampus maupun ruang digital. Identitas yang ditampilkan melalui outfit pada gilirannya menghasilkan berbagai makna sosial yang dipahami dan dinegosiasikan bersama oleh anggota komunitas sosial.

Hubungan antara ketiga elemen ini membentuk suatu budaya berpakaian yang berakar kuat dalam kehidupan mahasiswa. Budaya outfit tidak muncul secara spontan, melainkan dibangun secara bersama melalui proses interaksi yang berlangsung terus-menerus. Penelitian Zhu & Xiong, (2022) tentang self-presentation dan adiksi media sosial mengonfirmasi bahwa self-presentation merupakan motivasi utama penggunaan media sosial untuk mengelola halaman personal, yang menunjukkan bagaimana platform digital telah menjadi infrastruktur baru bagi konstruksi identitas melalui outfit. Semakin intensif simbol-simbol fashion digunakan, diinterpretasikan, dan dimaknai bersama dalam komunitas mahasiswa, semakin terinstitusionalisasi pula budaya outfit sebagai norma sosial.

Dengan demikian, perspektif Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer memberikan kerangka analitis yang kuat dan relevan untuk memahami budaya outfit sebagai fenomena sosial yang multidimensi. Outfit bukan sekadar persoalan estetika atau konsumsi material, melainkan merupakan bentuk interaksi

sosial yang mencerminkan dinamika identitas, negosiasi makna, dan konstruksi realitas sosial dalam kehidupan mahasiswa kontemporer.

Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa budaya outfit di kalangan mahasiswa merupakan produk konstruksi sosial yang kompleks, bukan sekadar fenomena mode atau ikut-ikutan tren. Melalui perspektif Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer, outfit terbukti berfungsi sebagai simbol sosial yang maknanya disepakati bersama dan digunakan mahasiswa untuk berkomunikasi secara nonverbal, baik dalam interaksi langsung di kampus maupun melalui platform digital seperti Instagram dan TikTok. Outfit sekaligus menjadi arena pembentukan identitas diri yang dinamis dan terus dinegosiasikan melalui mekanisme self-indication antara ekspresi individual dan respons sosial dari lingkungan, serta dimaknai sebagai instrumen pembangunan kepercayaan diri, penanda status sosial, dan wahana pemerolehan pengakuan sosial yang maknanya terus bergeser seiring dinamika tren dan interaksi media sosial.

Penelitian ini memiliki implikasi teoritis berupa verifikasi dan perluasan teori Interaksionisme Simbolik Blumer dalam lingkup digital, membuktikan bahwa tiga konsep teori tersebut, yakni simbol, identitas, dan makna, tetap relevan bahkan semakin kompleks ketika interaksi sosial meluas ke ruang virtual. Secara praktis, penelitian ini mengimplikasikan perlunya institusi perguruan tinggi memahami budaya outfit bukan sebagai persoalan penampilan semata, melainkan sebagai ekspresi kebutuhan identitas mahasiswa yang perlu direspons melalui program literasi media dan pengembangan diri yang lebih inklusif.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui, yaitu jumlah informan yang relatif kecil (5 orang) dari satu kampus sehingga tidak dapat digeneralisasi secara luas, keterbatasan konteks geografis yang membuat temuan belum mewakili keragaman budaya berpakaian antardaerah di Indonesia, belum terintegrasinya perspektif gender secara sistematis, serta belum tereksplorasinya secara mendalam dimensi ekonomi yang memengaruhi pilihan dan pemaknaan outfit mahasiswa.

Berdasarkan temuan dan batasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan informan lintas kampus dan daerah agar memperoleh informasi yang lebih dalam. Bagi institusi perguruan tinggi, disarankan untuk menciptakan lingkungan kampus yang inklusif dan memasukkan program literasi media dalam kegiatan kemahasiswaan. Bagi mahasiswa, diperlukan kesadaran kritis terhadap pengaruh media sosial dan tren fashion agar identitas yang dibangun bersifat autentik, bukan sekadar reproduksi tren yang dipaksakan dari luar.

Rujukan

- Abid, M., O'Cass, A., Ahmadi, H., & Siahtiri, V. (2026). Exploring How Young Consumers Construct Identities in Socially Restrictive Societies: Managing Impressions Through Fashion Clothing. *Australasian Marketing Journal*. <https://doi.org/10.1177/14413582261423008>
- Agustina, V., Jumrana, J., & Handayani, R. (2025). Trend Outfit Of The Day (OOTD) di Instagram dan Pembentukan Identitas Sosial Remaja di Kota Kendari. *Newcomb: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 3(1), 59-69.
- Ambas, G., & Gargoles, P. (2025). Fashioning Society: An Exploration of Collective Behaviour and Cultural Change Through Symbolic Interactionism. *Filosofia, Sociologija*, 36(1), 50-59. <https://doi.org/10.6001/fil-soc.2025.36.1.6>
- Azizah, R. N. (2026). Budaya konsumtif mahasiswa di era digital antara gaya hidup dan tekanan sosial. *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, dan Budaya Nusantara*, 5(1), 36-47.
- Bisyri, M., & Rahman, M. F. (2023). Motivasi Mahasiswa Universitas Fajar Dalam Memilih Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 9(1), 413-423. <https://doi.org/10.58258/jime.v9i1.4620>
- Brown, M. C., Rajkumar, R., & Webster, K. (2025). Fashioning Ethnic Pride: Women of Color and the Outfit Transition Trend on TikTok. *Social Media + Society*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/20563051251382451>
- Cahyaningtyas, A. R., & Iqbal, M. (2021). Gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri mahasiswa pengguna Instagram (Studi kasus pada mahasiswa kelas menengah di Kabupaten Jember). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(1), 85-96. <https://doi.org/10.17977/um066v1i12021p85-96>
- Darshan, D., Soni, A., Godara, A., Rangani, Y., Dhupper, M., Chauhan, R., & Maselena, A. (2025). The Impact of Social Media on Youth Fashion Consumption: Trends, Influencers, and Ethical Shifts. *Greenation International Journal of Law and Social Sciences*, 2(4), 298-307. <https://doi.org/10.38035/gijlss.v2i4.312>

-
- Faradila, A., & Amran, S. O. (2026). Interaksi Simbolik Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang melalui Fitur Close Friend Instagram. *Jurnal Perspektif*, 9(1), 111-119.
- Ibnayyah, F., Rahmatin, E., & Rahmatin, S. (2025). Fenomena FOMO dan Konsumsi Fashion Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh di Era Komunikai Digital. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 12(01), 122-134.
- Fitri, A., & Fauzi, A. (2023). Konstruksi Mahasiswa Nonmuslim Kota Surabaya Terhadap Tren Lepas Pasang Jilbab di Media Sosial. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 13(2), 118–126. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v13i2.5108>
- Freeman, F. (2023). The Importance on Self-Expression Through Clothing and Fashion: A view on Digital Identity and Digital Fashion. Universidade da Beira Interior
- Firdaus, G. (2015). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FKIP UNS. *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi*, 5(2), 164864.
- Hasbullah, A. R., & Ahid, N. (2022). Penerapan Teori Interaksi Simbolik dan Perubahan Sosial di Era Digital. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, 10(1), 36-49.
- Keogan, K. (2013). The Relationship Between Clothing Preference, Self-Concepts and Self- Esteem. DBS School of Arts
- Kristiana, P., Sutanto, A. C., & Harindahyani, S. (2016). Evaluasi Pengendalian Internal Pada “Trifena Catering Service” dalam Rangka Meningkatkan Efektifitas Dalam Siklus Pendapatan. *Calyptra*, 5(1), 1-13.
- Naufal, F. (2025). Peran Desain Komunikasi Visual dalam Kampanye Kritik Sosial Isu Lgbt. *Journal of Visual Communication and Humanities*, 2(2), 10-16.
- Nisak, M., & Tutik, S. (2022). Jurnal Sosial Humaniora Terapan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan) Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2).
- Nugraha, R. P. (2024). Construction of Student Identity on the Outfit of the Day Phenomenon on Social Media Instagram. *International Journal of Social Science and Human Research Construction of Student Identity*, 07(01), 605–610. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i01-78>
- Oktialista, Y., & Erianjoni, E. (2019). Makna Stylish di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Culture & Society: Journal of Anthropological Research*, 1(1), 31–37.
- Piga, T. R., & Domenico, S. M. R. D. (2023). O processo de construção de valores sociais: revisitando o conceito de valor social do ponto de vista da tradição interacionista simbólica. *Cadernos EBAPE. BR*, 21(4), e2022-0161.
- Putri, H. M., Ramdhani, M., & Oxygentri, O. (2025). Pemaknaan Ootd (Outfit Of The Day) Pada Mahasiswi Unsika. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*, 8(2), 323-326.
- Qorib, F., Oktarina, R. A., & Ermelinda, J. J. (2023). Penggunaan Busana Sebagai Bentuk Ekspresi dan Identitas Mahasiswa di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 236–251.
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori, Metode, dan Praktek*. IAIN Kediri Press.
- Rolika Firinanda, Shelaisha Ayu Citra Lestari, Ajeng Nurul Izzah, & Maria Laras Pramesti. (2023). Pesona Outfit Sebagai Identitas Anak Muda Saat Mengunjungi Kafe. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(3), 263–276. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i3.1847>
- Rusli & Fatra Emil. (2025). Konstruksi Identitas dan Perilaku Baru Di Media Sosial : Potret Sosiologis Masyarakat Kota Makassar. *Ilmiah Komunikasi*, 3(2), 39–48.
- Saldana, M. B. M. A. M. H. J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methodes Sourcebook*. Sage Publications.
- Skulsuthavong, M., & Wang, Z. (2025). Displaying luxury on social media: Chinese university students' perception of identity, social status, and privilege. *Online Media and Global Communication*, 4(2), 316–342. <https://doi.org/10.1515/omgc-2024-0011>
- Stolovy, T. (2024). Befriending the body through clothes: the role of clothing in secular and religious women's body appreciation. *Frontiers in Psychology*, 15(5), 1–8.
- Sugiyono, S. (2020a). *Metode Penelitian Kualitatif Bandung. Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta Press.
- Sulung, M. M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(September), 110–116.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Tumurang, M. (2024). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Pelajar
- Sumbodo, Y. P. (2024). *Metode Penelitian panduan lengkap untuk penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran*. Media Penerbit Indonesia.
-

-
- Zholdybayeva, S., & Zabun, B. (2025). the Influence of the Fashion Phenomenon on the Process of Socialization of Students in a Consumer Society. *Bulletin Series of Sociological And Political Sciences*, 89(1), 167–181. <https://doi.org/10.51889/2959-6270.2025.89.1.010>
- Zhu, X., & Xiong, Z. (2022). Exploring Association Between Social Media Addiction, Fear of Missing Out, and Self-Presentation Online Among University Students: A Cross-Sectional Study. *Frontiers in Psychiatry*, 13(May), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.896762>