

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini, citra diri bukan lagi sekedar persoalan pribadi tetapi telah berkembang menjadi strategi sosial untuk membentuk persepsi publik. Penting bagi seseorang membangun personal branding terutama mereka yang membutuhkan persepsi positif dari publik. *Personal branding* merupakan bentuk citra diri dengan menonjolkan ciri khas diri sendiri yang berupa kemampuan, kepribadian, maupun bentuk visual diri. Melalui *personal branding* yang kuat, seseorang dapat membangun persepsi dan kepercayaan publik sehingga membuka berbagai peluang luas di kehidupan sosial. Gaya berpakaian menjadi medium untuk menegaskan identitas personal sekaligus sosial, khususnya dalam konteks mahasiswa yang berada di ruang publik kampus (Mucharom, 2020).

Menurut Ruth dan Candraningrum (2020), personal branding menjadi semakin populer seiring dengan pergeseran zaman dan perkembangan teknologi yang mengubah cara individu bekerja dan berkomunikasi. Personal branding dipandang sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas, aktivitas, keyakinan, serta keunikan diri. Perubahan pola komunikasi juga mendorong individu untuk tampil berbeda dan memiliki karakteristik khas dalam berinteraksi, sehingga memudahkan mereka membangun jaringan. Dalam konteks dominasi media sosial, aspek visual menjadi faktor penting dalam membentuk penilaian terhadap kredibilitas, kepercayaan diri, dan kemampuan seseorang.

Media sosial sekarang menjadi tempat utama untuk membangun dan mempertahankan citra diri, memperkuat peran visualisasi diri. Seperti platform yang saat ini sering digunakan yaitu Instagram, TikTok, dan Twitter memungkinkan orang menunjukkan identitas mereka melalui foto, video, dan gaya berpakaian yang ditampilkan. Dalam situasi seperti ini, cara

berpakaian menjadi komponen dari identitas digital yang dapat membentuk persepsi publik terhadap seseorang. Berdasarkan survei Pew Research Center (2022) terhadap dewasa muda (18-29 tahun), menunjukkan 71% percaya bahwa wanita menghadapi tekanan untuk tampil menarik secara fisik dan 27% mengatakan hal yang sama tentang laki-laki. Maka dapat dikatakan mereka mempertimbangkan penampilan sebelum memposting foto atau video di media sosial, sehingga data ini menunjukkan bahwa elemen visual seperti gaya berpakaian, menjadi penting untuk membangun personal branding terutama di dunia digital.

Penampilan sekarang sangat penting dalam interaksi sosial karena kesan pertama terbentuk dalam hitungan detik dan seringkali sulit diubah. Cara seseorang berpakaian sering kali menjadi representasi dari nilai, kepribadian, dan bahkan status sosial yang ingin ditampilkan. Misalnya, seseorang yang berpakaian rapi dan sesuai konteks acara akan cenderung dianggap profesional, percaya diri, dan dapat dipercaya. Salah satu aspek utama yang membentuk citra diri adalah penampilan fisik, khususnya cara berpakaian atau konsep *dress well*.

Istilah *dress well* dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam menjaga penampilan serta memahami cara berbusana yang tepat sesuai dengan konteks sosial dan budaya. Menurut Entwistle (2023), fashion dipandang sebagai sebuah konstruksi budaya yang memanifestasikan dirinya dalam identitas pakaian seseorang. Artinya, gaya berbusana tidak hanya berfungsi untuk melindungi tubuh, tetapi juga merupakan cerminan dari ekspresi diri, identitas, bahkan nilai-nilai budaya yang dianut individu tersebut. Seiring waktu, fashion terus mengalami perkembangan sejalan dengan dinamika budaya dan tren masyarakat. Oleh karena itu, berpakaian bukan lagi sekadar persoalan estetika, tetapi juga menjadi personal branding yang memperlihatkan kepribadian, status sosial, hingga sikap seseorang terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam konteks ini, tren *dress well* dapat dilihat sebagai bentuk adaptasi budaya berbusana yang mencerminkan kepedulian terhadap penampilan sekaligus menyampaikan pesan tertentu kepada publik.

Tren *dress well* bukan hanya sekedar berpakaian bagus dan menarik secara visual, tetapi juga menyangkut kemampuan dalam memahami serta mengelola gaya berpakaian yang mampu merepresentasikan identitas diri secara autentik. Individu yang menerapkan prinsip *dress well* biasanya memiliki kesadaran tinggi terhadap pemilihan pakaian, aksesoris, warna, hingga detail gaya yang mencerminkan karakter pribadinya. Keselarasan antara pakaian dan kepribadian ini menciptakan harmoni visual yang tidak hanya enak dipandang, tetapi juga menampilkan pesan-pesan simbolik mengenai siapa dirinya, apa nilai yang dianut, dan bagaimana ia ingin dipersepsikan oleh lingkungan sekitar.

Dress well juga dapat berfungsi sebagai alat komunikasi non-verbal dimana dari gaya penampilan dapat menyampaikan suatu pesan yang membentuk persepsi orang lain. Menurut temuan dari psikologi komunikasi yang dikembangkan oleh Albert Mehrabian (1971), yang menyatakan bahwa 55% kesan pertama didasarkan pada penampilan Anda, 38% pada cara Anda berbicara, dan hanya 7% pada apa yang Anda katakan. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan memainkan peran yang sangat penting dalam interaksi manusia, terutama dalam menciptakan kesan pertama. Oleh karena itu, *dress well* bukan sekedar ekspresi estetika, tetapi juga strategi dalam membentuk persepsi yang diinginkan oleh orang lain. Berpenampilan rapi dan sesuai dengan norma sosial yang berlaku tidak hanya memberikan kesan profesional, tetapi juga menjadi representasi identitas diri dalam ruang publik.

Tren *dress well* kini menjadi fenomena yang populer di kalangan anak muda, termasuk mahasiswa. Terutama bagi mahasiswa yang memiliki hubungan publik yang luas, seperti peserta atau peraih gelar Putra Putri Kampus. Busana dipahami sebagai simbol yang merepresentasikan nilai, budaya, dan karakter kampus, sehingga mahasiswa secara tidak langsung berperan sebagai pembawa citra institusional melalui penampilannya di ruang publik (Wahab, 2019). Di suatu institusi, pemilihan Putra Putri Kampus adalah acara yang tidak hanya memilih siswa yang berprestasi tetapi juga memilih orang yang dapat mewakili institusi dalam kegiatan formal dan informal.

Kriteria seleksi untuk kompetisi ini mencakup prestasi akademik dan kemampuan komunikasi serta penampilan fisik dan gaya berpakaian, yang dinilai untuk mencerminkan profesionalisme dan karakter institusional. Putra Putri kampus merupakan wajah untuk sebuah institusi. Mereka diundang ke forum publik lokal dan nasional, bisa bertindak sebagai pembawa acara, dan tentunya mewakili institusi di acara resmi. Dalam situasi seperti ini, gaya berpakaian mereka menjadi bagian dari citra universitas. Busana yang dikenakan menjadi sarana untuk menyampaikan nilai-nilai institusional seperti kesopanan, intelektualitas, dan profesionalitas serta penting untuk menciptakan persepsi yang baik sehingga mudah diterima oleh masyarakat umum.

Namun, meskipun fenomena penggunaan gaya berpakaian sebagai bagian dari personal branding semakin marak, kajian ilmiah yang secara khusus meneliti bagaimana strategi dress well diterapkan oleh para Putra Putri Kampus masih sangat terbatas. Kebanyakan penelitian tentang gaya berpakaian masih berfokus pada fashion, tren, atau estetika. Pendekatan tersebut cenderung melihat pakaian sebagai produk gaya atau selera, bukan sebagai bentuk komunikasi simbolik atau strategi untuk membangun identitas diri di hadapan publik. Padahal, di tengah era serba visual saat ini, gaya berpakaian dapat dimaknai sebagai bagian dari pesan personal yang ingin disampaikan seseorang dalam berbagai konteks sosial. Dengan latar tersebut, muncul kebutuhan akan penelitian yang tidak hanya mengamati gaya berpakaian dari sisi fungsinya untuk menutup tubuh, tetapi juga menggali alasan dan strategi di baliknya. Penelitian semacam ini tidak hanya relevan secara teoritis untuk memperkaya studi komunikasi, tetapi juga memiliki manfaat praktis, misalnya dalam membantu mahasiswa memahami bagaimana membangun citra diri yang kuat di lingkungan sosial. Oleh karena itu, studi mengenai penerapan dress well sebagai bagian dari personal branding Putra Putri Kampus di ruang publik layak untuk dilakukan dan bisa memberikan kontribusi baru dalam literatur akademik maupun praktik sosial.

Sebagai lembaga pendidikan Muhammadiyah, UMM membawa tujuan keislaman dan modernitas yang unik. Merupakan kampus yang aktif dengan banyak organisasi dan kegiatan yang menunjukkan eksistensi mahasiswanya. Selain itu, budaya ini menciptakan lingkungan yang kompetitif yang menekankan pentingnya keunggulan personal, baik dalam hal prestasi maupun penampilan visual, sebagai bentuk profesionalisme. Berada dalam posisi negosiasi yang sulit karena membawa gelar putra putri kampus memiliki identitas institusional dan personal. Mereka harus dapat menggabungkan religiusitas, modernitas, dan estetika dalam penampilan mereka. Mereka diharuskan untuk menunjukkan nilai-nilai Islam dan kesopanan, sesuai dengan karakter UMM sebagai kampus Muhammadiyah. Di sisi lain, mereka juga harus tampil menarik dan sesuai dengan tren. Sehingga menjadi tantangan tersendiri dalam menerapkan *dress well* yang tidak sekadar mengikuti mode, tetapi juga mencerminkan nilai dan konteks budaya.

Pilihan untuk berpakaian di ruang publik oleh mahasiswa yang bergelar putra putri kampus bukanlah sesuatu yang netral. Hal ini merupakan bentuk simbolik yang menyampaikan pesan, terlepas dari apakah mereka ingin dianggap cerdas, profesional, religius, inklusif, atau elegan. Nilai-nilai dikomunikasikan melalui pakaian, yang tidak dapat dijelaskan dengan kata-kata tetapi hanya dapat dipahami melalui visual. Dalam kasus ini, mahasiswa menggunakan gaya berpakaian sebagai bahasa untuk membranding diri mereka sendiri. Dengan mempelajari lebih dalam bagaimana mahasiswa mengembangkan strategi visual untuk membranding diri mereka sendiri melalui pakaian mereka, kita dapat memahami bagaimana proses pembentukan identitas sosial dan profesional berlangsung di kampus. Selain itu, penelitian ini membuka pintu untuk percakapan yang lebih luas tentang komunikasi visual dalam konteks pendidikan tinggi, di mana representasi visual menjadi alat yang kuat untuk menciptakan makna.

Studi ini akan menggali pengalaman subjektif putra putri kampus dalam memilih, memahami, dan menggunakan gaya berpakaian mereka sebagai strategi personal branding dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap aspek sosial, simbolik, dan estetika dari praktik berpakaian di ruang publik melalui wawancara dan observasi partisipan. Dimana faktor-faktor ini belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Diharapkan dengan mengangkat tema ini, penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan literatur tentang personal branding, representasi sosial, dan visual di kalangan mahasiswa. Selain itu, temuan penelitian ini dapat membantu institusi pendidikan tinggi memahami dinamika identitas mahasiswa dan mengelola citra institusional melalui figur-figur representatif di kampus.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana komunikasi simbolik melalui dress well dalam membentuk Personal Branding Putra Putri Kampus UMM ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisa komunikasi simbolik melalui dress well dalam membentuk Personal Branding Putra Putri Kampus UMM

1.4 Kegunaan Penelitian

A. Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya mengenai komunikasi simbolik melalui aspek nonverbal dalam membentuk personal branding. Penelitian ini dapat memperluas pemahaman mengenai bagaimana dress well tidak hanya dipandang sebagai bentuk penampilan fisik, tetapi juga sebagai simbol yang digunakan individu untuk menyampaikan identitas, karakter, dan nilai diri dalam interaksi sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas keterkaitan antara komunikasi simbolik, penampilan, dan personal branding dalam konteks lingkungan pendidikan tinggi.

B. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi Putra Putri Kampus UMM mengenai peran dress well sebagai bentuk komunikasi simbolik dalam membangun personal branding. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengelola penampilan yang sesuai dengan identitas diri, situasi, serta peran sebagai representasi institusi. Melalui penerapan dress well yang tepat, Putra Putri Kampus UMM dapat membangun citra positif dan menyampaikan nilai-nilai seperti profesionalitas, kepercayaan diri, dan tanggung jawab melalui simbol-simbol nonverbal yang ditampilkan di ruang publik.

