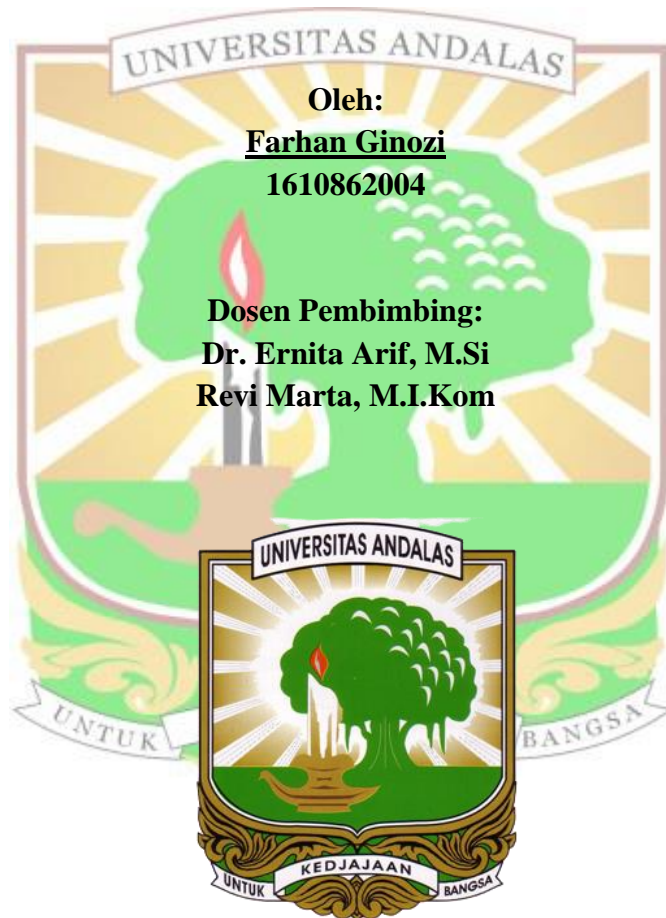


**PERILAKU KOMUNIKASI *FASHION ENTHUSIAST*  
DI KOTA PADANG  
(Studi Kasus pada *Fashion Enthusiast* dalam membentuk  
*Personal Brand*)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

## ABSTRAK

### PERILAKU KOMUNIKASI *FASHION ENTHUSIAST* DI KOTA PADANG

(Studi Kasus pada *Fashion Enthusiast* dalam membentuk *Personal Brand*)

Oleh:

Farhan Ginozi  
1610862004

Pembimbing:

Dr. Ernita Arif, M.Si  
Revi Marta, M.I.Kom

*Fashion* merupakan bentuk komunikasi dan telah menjadi sebuah refleksi dari ekspresi terdalam diri seorang individu. Melalui pakaian seseorang bisa memberikan kesan tertentu kepada orang lain yang melihatnya. Oleh karena itu tak jarang seseorang melakukan *personal branding* dirinya melalui cara mereka berpakaian. *Fashion* berkembang mengikuti zaman dengan selalu memperbaharui gaya tampilan dari pakaiannya dan hal ini di beberapa daerah Indonesia masih terbilang tabu, seperti contohnya di Kota Padang, Sumatra Barat, terlebih hal ini juga banyak melahirkan *fashion enthusiast*, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti seorang *fashion enthusiast* di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan teori *looking glass self* dalam membantu peneliti membahas permasalahan penelitian ini. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini mengumpulkan data dengan metode wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis Miles & Huberman dengan validitas data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan busana menyesuaikan konsep diri sendiri yang menjadi faktor utama terbentuknya *personal brand fashion enthusiast* dalam dunia *fashion*. Pemilihan warna busana dan aksesoris yang digunakan, berbagai perilaku yang dilakukan, serta komunikasi nonverbal pendukung seperti gestur seperti gerakan tangan atau cara berjalan, nada/intonasi suara seperti rendah atau tingginya suara, dan ekspresi khususnya dalam pembawaan konten dalam media sosial menjadi faktor pendukung penjiwaan terhadap busana yang digunakan guna mendapatkan kesan dan respon dari orang lain. Selain itu, budaya Minang khususnya dalam norma agama dan kesopanan juga menjadi hal penting yang mempengaruhi seorang *fashion enthusiast* dalam pemilihan busana serta kehidupannya bermasyarakat. Media seperti Instagram dan Tiktok merupakan medium penting yang digunakan *fashion enthusiast* di Kota Padang dalam menginterpretasikan dirinya, selain itu juga melakukan tindakan persuasif kepada masyarakat agar lebih *aware* terhadap pemilihan busana yang mereka lakukan.

**Kata Kunci:** Perilaku Komunikasi, *Personal Brand*, *Fashion Enthusiast*

## **ABSTRACT**

### **COMMUNICATION BEHAVIOR: FASHION ENTHUSIAST IN PADANG CITY (Case Study on Fashion Enthusiast in build up Personal Brand)**

**By:**  
**Farhan Ginozi**  
**1610862004**

**Supervisor:**  
**Dr. Ernita Arif, M.Si**  
**Revi Marta, M.I. Kom**

*Fashion is a form of communication and has become a reflection of the innermost expression of an individual. It is important for each individual to understand what they are displaying. Through clothes a person can give a certain impression to others who see it. Therefore, it is not uncommon for someone to personally brand themselves through the way they dress. The number of people who like fashion and making fashion is one of the factors in assessing a person's personality that gives birth to many fashion enthusiasts who act as fashion critics and fashion roles, of course, fashion develops with the times by always updating the display style of its clothes and this is still in some areas of Indonesia. is taboo, for example in Padang City, West Sumatra, therefore researchers are interested in researching a fashion enthusiast in Padang City. This study uses the looking glass self theory in helping researchers discuss the problems of this research. Researchers used qualitative research methods with a case study approach. This study collects data by interview, observation and documentation methods. This research uses Miles & Huberman (1991) analysis technique with data validity using source triangulation. The results of this study indicate that the use of clothing adapts to self-concept which is the main factor in the formation of personal brand fashion enthusiasts in the fashion world. The choice of color of clothing and accessories used, various behaviors carried out, as well as supporting nonverbal communication such as gestures such as hand movements or gait, tone/intonation of voice such as low or high voice, and expressions, especially in the delivery of content in social media, are factors that support the soul towards clothing that is used to get the impression and response of others. In addition, Minang culture, especially in religious norms and politeness, is also an important thing that influences a fashion enthusiast in choosing clothes and living in society. Media such as Instagram and Tiktok are important media used by fashion enthusiasts in the city of Padang in interpreting themselves, while also taking persuasive actions to the public to be more aware of the clothing choices they make.*

**Keywords: Communication Behavior, Personal Branding, Fashion Enthusiast**