

Fashion Style Mahasiswa pada Era Postmodernitas (Sebuah Telaah Fakta Sosial dalam Tinjauan Sosiologis)

Sevtia Husna Anggreini¹, Masrizal², Khairulyadi³, Bukhari Yusuf⁴, Fakhurrrazi⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Sosiologi Universitas Syiah Kuala

⁵Program Studi Sosiologi Universitas Malikulsaleh

Corresponding Author: masrizalfisip@usk.ac.id

Received: August 2024; Accepted: October 2024; Published: November 2024

Abstract

This study aims to describe the fashion style among Syiah Kuala University students who follow the fashion trend of the postmodern era with the perspective of Modernization Theory as described by Anthony Giddens. The study uses a qualitative research method with phenomenology. Data was collected through non-participant observation, interviews with students as informants, and documentation. Data analysis used the analysis of lifestyle disorientation theory in the Postmodernism era. The study results show that Syiah Kuala University students have participated in the developing fashion trend, reflected in the fashion style in clothing and goods consumed as a reflection of self-appearance. The supporting factors for students to display this fashion style are increasingly sophisticated technology, modern cafes that continue to increase in the city of Banda Aceh, and social conformity.

Keywords: Fashion Style, Students, Modernity Theory

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menggambarkan *fashion style* di kalangan mahasiswa Universitas Syiah Kuala yang mengikuti tren mode era postmodernitas dengan perspektif Teori Modernisasi seperti yang di deskripsikan Anthony Giddens. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi non partisipan, wawancara kepada mahasiswa sebagai informan, serta dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis teori disorientasi gaya hidup di era Postmodernism. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Syiah Kuala sudah ikut dalam tren mode yang berkembang, tercermin dari *fashion style* dalam busana dan barang yang dikonsumsi sebagai refleksi penampilan diri. Faktor pendukung mahasiswa menampilkan *fashion style* tersebut adalah keberadaan teknologi yang terus semakin canggih, kafe-kafe berdesain modern yang terus bertambah kota Banda Aceh, dan konformitas sosial di lingkungan para aktor.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Mahasiswa, Modernity Theory

PENDAHULUAN

Istilah postmodern merupakan salah satu kata turunan dari postmodernisme bukan lagi hal asing dalam kehidupan masyarakat kontemporer di abad ke-21. Hampir semua lapisan sosial kini memasukkan istilah ini seperti budaya posmo, ideologi posmo, sastra posmo, hingga menyentuh teologi posmo. Perkembangan zaman khususnya setelah Abad Pertengahan merujuk pada konsep modernism yang mana menginisiasi hilangnya kedudukan suatu seni,

intelektual, kebudayaan tertentu memasuki kerumitan, pertentangan, makna ganda, serta kebertautan fungsional pemikiran (Hidayat, 2019).

Paham *modernism* di tengah masyarakat secara historis diimplikasikan berupa perwujudan dari kapitalisme dan industrialisasi kalangan Eropa Barat dan Amerika Utara yang mempengaruhi perkembangan atmosfer ekonomi serta politik (Matondang, 2019) yang menekankan pemikiran rasionalism empiris. Dalam kehidupan tersebut, masyarakat cenderung mengedepankan *freedom ethic*, *democraton*, dan *humanity right* dalam merumuskan nilai-nilai pada koridor manusia sebagai aktor itu sendiri. Hidayat juga menambahkan, mengacu pada pikiran pokok dari modernitas (waktu superior) agen sosial dalam suatu kelompok masyarakat yang menerima dan menerapkan konsep modernisasi harus memiliki kesiapan dalam beralih diri menuju rencana masa depan dari tradisionalisme (Hidayat, 2019).

Pandangan positif dari modernisasi lebih mengacu pada bidang pembangunan yang semakin maju dan berkembang dengan pesat mengikuti ide-ide kreatif serta inovatif. Sementara dari segi negatif yang dikhawatirkan mampu merubah tatanan nilai dan norma suatu individu (tanpa penyaringan terlebih dahulu) setiap munculnya tren mode, salah satunya *fashion style* yang menjalar di kalangan masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa *trend* global yang bersifat materialistis menjadi suatu keharusan untuk diikuti sehingga sudah tidak lagi berpijak pada siapa dan asal yang sesungguhnya. Dengan kata lain, jati diri dari masing-masing individu perlahan namun pasti mulai bergeser ke arah bukan “ranah” bermartabat apalagi kearifan lokal yang sederhana milik warisan leluhur bangsa.

Fashion style kemudian berkembang merujuk ke *hedonism* yang tidak sekedar terkait dengan gaya berbusana tetapi sebagai lambang kekayaan kelompok sosial dalam memperlihatkan status yang dimiliki (Tyaswara, Baruna, 2017). Pada saat ini hanya beberapa mahasiswa saja yang masih mempertahankan identitas diri tanpa peduli akan gengsi menggunakan barang-barang *branded* di setiap aktivitas perkuliahan maupun kegiatan di luar kampus. Sementara, banyak dari mahasiswa yang seolah mendukung *trend fashion style* baik itu karena adanya keinginan pribadi atau strukturalisme lingkungan yang memaksa keadaan (Bakti et al., 2019)

Fashion style yang mempengaruhi masyarakat Indonesia hadir sejak tahun 90-an karena modernisasi industri media yang ditandai dengan berkembang pesatnya pusat-pusat perbelanjaan termasuk kuliner cepat saji yang sebelumnya tidak ada, melalui televisi dan *banner* (Octaviana, 2020). Lebih lanjut pengaruh budaya *western* semakin meluas lewat

media luar negeri dan komunikasi antar negara yang memperjelas hadirnya hedonism di kalangan masyarakat Indonesia. Pandangan hidup yang sebelumnya mementingkan lingkungan sekitar menjadi tidak peduli akan hal tersebut dan cenderung mementingkan hawa nafsu yang sarat dengan kehidupan foya-foya (Siburian & Anggrainie, 2022).

Tren mode dengan sifat dinamisnya tentu membawa berbagai akibat pada individu yang tidak mampu menahan diri berperilaku konsumtif memicu kebutuhan akan dana dengan nilai fantastis yang bisa saja didapatkan dengan cara-cara keliru ('Ainy, 2020). Konsumerisme ini seolah menunjukkan bahwa kapitalisasi kian kuat, dimana manusia sudah tidak lagi melihat kebutuhan sebagai suatu yang prinsipil, tetapi dengan kaca mata pemuasan nafsu yang diekspresikan dengan gaya hidup termasuk *fashion style* (Octaviana, 2020). Sekali lagi pengaruh tren mode yang berkembang di kalangan mahasiswa dengan umur rentan 18-25 tahun lebih menekan pada dampak negatif hilangnya jati diri bangsa Indonesia karena perbedaan ideologi dan akulturasi *western culture* yang tidak sesuai dengan tatanan dalam masyarakat Indonesia (Siburian & Anggrainie, 2022)

Fenomena sosial yang berkaitan dengan postmodern telah banyak dikaji dari sudut pandang tokoh-tokoh sosiolog seperti Herbert Marcuse, Jurgen Habermas, Theodor Adorno, Jacques Derrida, Pierre Bourdieu, George Ritzer, Max Horkheimer, Peter M. Blau, Robert K. Merton, Zygmunt Bauman, Michel Foucault, dan Anthony Giddens. Namun, penulis tertarik untuk menjelaskan perspektif teori modernisasi Anthony Giddens terkait gaya hidup konsumtif aktor sosial yaitu mahasiswa yang semakin mengikuti *fashion style* sehingga berpengaruh pada kehilangan jati diri. Dimana Giddens percaya bahwa identitas pribadi akan menjadi kurang kuat dan lebih terfragmentasi dalam dunia modern (Bamberg et al., 2021; Tucker, 1998)

Giddens menggambarkan modernitas dengan *Juggernaut*, mesin pelarian berkekuatan besar yang bisa dikendarai sampai batas tertentu tetapi juga mengancam kehancuran diri sendiri apabila di luar kendali akibat adanya pertentangan sehingga tidak dapat diramalkan. Meskipun para aktor sosial memiliki antisipasi yang kuat, selama institusi modernitas tetap ada maka perjalanan tidak akan pernah bisa dikendalikan sepenuhnya. Dimana rasa aman sangat sulit dicapai karena ruang yang penuh dengan risiko tinggi termasuk perasaan, keamanan ontologis (mental yang stabil), dan kecemasan eksistensial hidup berdampingan dalam ambivalensi (Nashir, 2012; Sibly, 2015; Tucker, 1998).

Giddens menunjukkan dua sisi modernitas, pertama karena munculnya institusi baru pasca-feodal yang terkait dengan demokrasi dan kapitalisme industri. Sisi kedua muncul akibat adanya budaya baru dengan inovasi konstan dan reflektivitas yang meluas, dimana

perubahan tersebut menciptakan masalah bagi legitimasi institusi, pelaksanaan otoritas, pembentukan identitas pribadi, dan pengetahuan yang menginformasikan tindakan dan keyakinan modern. Inilah mengapa modernitas sering dikaitkan padahal dinamis yang dapat berubah-ubah sesuai gerak waktu (Bamberg et al., 2021; Tucker, 1998)

Lantas bagaimana teori modernisasi ini memandang gaya hidup mahasiswa di era postmodernitas dengan segala bentuk pencitraan? Untuk itu diperlukan suatu penelitian yang menggambarkan bagaimana bentuk *fashion style* pada mahasiswa khususnya di lingkungan mahasiswa di Kampus Universitas Syiah Kuala, serta hadirnya berbagai kemudahan akses teknologi dan informasi serta adanya wadah berkumpulnya para mahasiswa di kafe-kafe modern di Kota Banda Aceh.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk menemukan peristiwa beserta kaitannya dengan sejumlah orang yang berada dalam situasi tertentu. Poin dasar yang tidak boleh hilang dari metode fenomenologi yaitu melepaskan semua praduga (*epoche*), memahami intuisi (*intuition*), memasukkan kesadaran atau keterarahan (*intentionality*), dan dunia yang hidup (*Lebenswelt*) (Creswell, 2018; Raco, 2010). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu observasi non partisipan dan wawancara kepada mahasiswa Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh yang dipilih secara acak dengan rentang umur 18-25 tahun. Selain itu, pengumpulan data juga menyertakan dokumentasi dari sumber tertulis seperti buku, *draft*, artikel atau jurnal elektronik dan bahan bergerak seperti cuplikan atau video yang berkembang di media social (Idrus M. S dan Priyono, 2014). Masing-masing referensi yang digunakan memiliki keterkaitan dengan *style* mahasiswa yang semakin kontemporer jauh dari anutan kesederhanaan nilai dan norma budaya lokal.

Teknik analisis data dalam penelitian memakai Teori Modernisasi milik Anthony Giddens, yang mana mengarah ke pengaruh modernitas dengan kehadiran teknologi yang tanpa kontrol diri akan berdampak pada disorientasi gaya hidup tanpa batas. Sementara teknik triangulasi digunakan sebagai instrumen pengujian keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran *fashion style* pada mahasiswa di lingkungan Kampus Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh. Hasil pengamatan dan wawancara dengan informan menunjukkan, *fashion style* sudah mendominasi gaya berpakaian mahasiswa

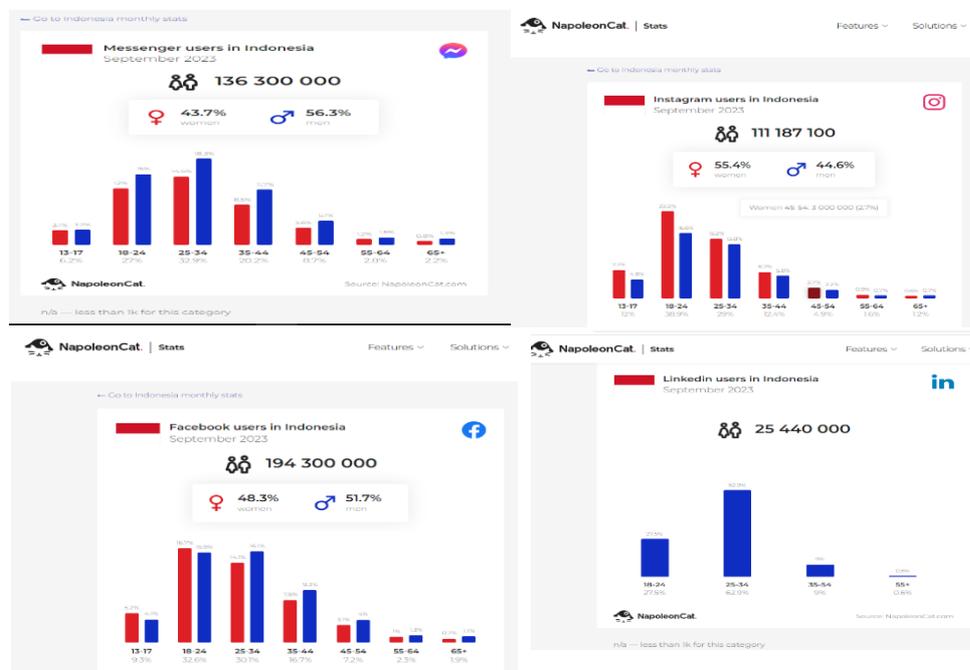
yang bersangkutan begitupun dengan teman-teman sepergaulan. fenomena ini tampak dari gaya berbusana dan kepemilikan barang-barang bermerek mengikuti tren mode untuk *outfit* perkuliahan termasuk *whislist* atau daftar keinginan.

Meskipun terhalang kebutuhan harian dan keperluan kuliah, namun keinginan ikut dalam suatu *trend* ada di dalam diri masing-masing mahasiswa yang dijadikan sebagai informan pada penelitian ini. Kemungkinan besar ketertarikan terjadi karena kemajuan teknologi komunikasi atau media sosial yang memudahkan akses secara global sehingga mode yang sedang hangat diperbincangkan menjadi tidak tersaring dalam individu. Hasil riset sebelumnya menunjukkan mahasiswa cenderung menggunakan *browsing* di perpustakaan kampus terkait *trend fashion* dibandingkan *jurnaling* tugas-tugas kuliah yang bisa menambah pengetahuan (Prijana, 2015). Giddens dan Pierson menyatakan gagasan bahwa dunia saat ini memasuki 'kehidupan modern' merupakan pemikiran yang masuk akal dengan fakta tak terbantahkan, semakin intensif daripada yang pernah diimpikan oleh para seniman dan arsitek modernis awal abad kedua puluh (Bamberg et al., 2021; Giddens, 1998). Kemajuan teknologi yang terus berkembang tanpa mengenal kata henti menjadikan aktor yang terpengaruhi tidak mampu mengendalikannya sehingga berdampak pada identitas pribadi dan perubahan sosial dalam lingkungan sekitar. Institusi modern berbeda dari semua bentuk tatanan sosial sebelumnya dalam hal dinamisme, yang dapat melemahkan adat kebiasaan dan dampak global.

Giddens mengembangkan teori modernitas sebagian melalui analisis perluasan subjektif, kebebasan refleksif dalam masyarakat modern, dan perdebatan tentang apakah modernitas telah dilampaui oleh dunia postmodern baru. Sependapat dengan ahli teori seperti Habermas, Giddens mengamati bahwa postmodernis tidak melihat dimensi dan kompleksitas modernitas yang berbeda. Analisis Giddens tentang modernitas bertumpu pada teori perubahan sosial yang meluas dari masyarakat non-modern ke masyarakat modern akhir (*late modernity*). Giddens mengaitkan teori ini dengan eksplorasi budaya, peran kehidupan publik, demokrasi masyarakat modern akhir, dan perubahan identitas diri yang diciptakan oleh gerakan sosial baru seperti feminisme (Masrizal, 2017; Tucker, 1998). Mahasiswa yang terpengaruh akibat tidak mampu mengendalikan atau menyaring setiap informasi terlebih tren mode yang diperoleh dari media komunikasi elektronik menunjukkan perubahan gaya hidup, paling jelas terlihat pada *fashion style* yang dikhawatirkan mengarah ke hedonism baik dalam sebuah kelompok sosial maupun secara individu. Seperti penggunaan barang-barang *branded*, hadinya kafe dan restoran *high class* yang terkesan hanya untuk kesenangan belaka agar terlihat lebih “mewah” dari beberapa kalangan tertentu, tanpa melihat lagi nilai dan fungsi

kebermanfaatannya. *Fashion* mahasiswa seolah-olah telah melebur menjadi satu bagian dalam kehidupan aktor sosial yang tersaji pada cermin diri dan gaya hidup sehari-hari tanpa memandang nilai barang atau aksesoris, lebih tepatnya refleksi individualis (Hendariningrum, Retno, 2014)

Satu hal yang perlu dicermati secara bijak disini adalah memahami sikap hedonism yang dapat menginisiasi aktor menjadi bukan dirinya alias pribadi lain yang memaksakan kondisi mengikuti alur lingkungan sosial sekitar. Perilaku hedonism yang mengubah identitas diri ini sesuai dengan ciri modernitas yaitu reflektivitas, dimana dalam pribadi seseorang aktor dapat dibentuk berdasarkan aktivitas rutin yang kemudian tercermin (refleksi). Giddens mengemukakan bahwa reflektivitas kehidupan sosial modern terdiri dari praktik sosial secara terus-menerus yang mengalami reformasi bersumber praktik-praktik itu sendiri, sehingga mengubah karakter aktor.



Gambar grafik 1. Media Sosial Instagram, Facebook, *Messenger* dan *linkedin* users di Indonesia (Napoleoncat, September 2023)

Era modernitas telah terbukti mampu mengubah konvensi atau adat kebiasaan pada semua aspek kehidupan manusia, termasuk intervensi teknologi ke dunia material. Meskipun tidak sepenuhnya akurat, namun ditandai dengan adanya nafsu berlebih untuk memiliki sesuatu yang baru. Modernitas benar mengurangi risiko yang terjadi pada masa kehidupan tertentu, namun secara bersamaan memperkenalkan risiko baru yang sebagian besar atau sama sekali tidak dikenal di era sebelumnya. Tatanan modernitas pasca-tradisional dengan latar

belakang bentuk-bentuk baru dari pengalaman termediasi, identitas diri menjadi upaya yang terorganisir secara refleksi (Achmad, 2020). Perkembangan komunikasi massa, media elektronik menyebabkan inter-penetrasi pengembangan diri, sistem sosial, hingga sistem global semakin terasa menambah risiko yang diberikan saat waktu kontemporer berbeda dari waktu lampau, dimana industri (produsen) yang semakin maju karena perkembangannya tidak dapat diubah, tidak terlihat, dan tidak mudah diukur sehingga tunduk pada interpretasi sosial melalui media (Fiorenza, 2017). Sebagaimana pada grafik dibawah ini tentang pengguna media sosial yang terus menunjukkan peingkatannya.

Berdasarkan gambar grafik September 2023 di atas yang diambil dari salah satu platform media sosial marketing menunjukkan, bahwa Meningkat Tajam pengguna media social dengan rincian Angka Instagram (IG) 111. 187.100 dengan rincian 55.4% Perempuan dan 44.6% Laki-laki, FB. 194 300 000. 48.3% Perempuan dan 51.7% Laki-laki, Messenger 136 300 000. 43.7% Perempuan dan 56.3% Laki-laki sedangkan LinkedIn 25. 440. 000. Khusus pengguna aktif Instagram di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 61 juta orang dengan persentase paling tinggi sebesar 19.5% (wanita) dan 17.9% (pria) yang jatuh kepada usia 18-24 tahun. Kemudian disusul usia 25-34 tahun dengan persentase 16.1% (wanita) dan 17.9% (pria), sementara persentase yang terbilang rendah ditunjukkan pada usia di bawah 18 tahun dan usia 65 tahun ke atas. Gambaran pengguna Instagram pada tahun 2019 memperlihatkan usia yang sering menggunakan media sebagai pemuas kebutuhan berkisar antara 18-24 tahun yang mana sebagian besar adalah mahasiswa. Meskipun dalam riset tersebut tidak memuat pencarian atau *hashtag* apa yang paling populer, namun pengumpulan data terkait terus dilakukan. Sebagaimana artikel milik Ahlgren (2022) berisikan tentang tagar yang intens ditandai pengguna, #mode dimana tagar ini bisa dikatakan sebuah rujukan topik yang kerap dibicarakan. Dalam artikel tersebut juga tertulis hampir 98% *fashion brand* dan 4 juta unit komersial telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Dari pemasaran produk pada Instagram, 80% pengguna mengklaim sudah melakukan pembelian barang-barang sesuai dengan keinginan masing-masing.

Adanya riset mengenai penggunaan Instagram yang semakin meningkat pada *fashion style* mahasiswa Universitas Syiah Kuala di era postmodernitas menunjukkan bahwa mahasiswa USK semakin mengikuti tren mode terkini. Rata-rata mahasiswa yang melihat merek-merek *fashion* ternama menjadi tergiur untuk membeli, walaupun pada umumnya dibanderol dengan harga fantastis untuk kalangan mahasiswa. Apalagi uang jajan yang diberikan oleh orang tua masing-masing mahasiswa sebatas untuk memenuhi kebutuhan primer selama menempuh pendidikan. Arsita dan Sanjaya dalam penelitiannya menyatakan,

gaya hidup yang bersamaan dengan *trend fashion* secara signifikan mempengaruhi keputusan individu dalam membeli produk yang diperlihatkan melalui media Instagram (Arsita, 2022).

Bentuk *fashion style* para informan yang tampak menonjol adalah kepemilikan *handphone* dengan merek ternama, padahal sebelum modernisasi semakin meluas, *handphone* hanya terbatas dalam konteks alat komunikasi jauh yang membantu sendi kehidupan manusia meski tanpa menuju akses lokasi. Kebutuhan dan keinginan konsumen termasuk mahasiswa inilah yang juga menginisiasi perusahaan pengembang semakin memutakhirkan teknologi pada sistem operasi yang lebih maju dengan menandingi *brand-brand* tertentu. Akibatnya mahasiswa cenderung memilih *handphone* yang bermerek mengikuti tren yang sedang berlanjut demi anggapan agar tidak ketinggalan zaman sehingga manfaat dari alat komunikator tersebut menjadi pudar dan lebih mengarah kepada gaya hidup (Chandra, 2017).

Selanjutnya masing-masing informan lainnya sepaham dengan pemilihan kafe modern untuk kegiatan ngumpul bersama teman baik itu membuat tugas kuliah atau media *refreshing*. Umumnya mahasiswa yang duduk di kafe memiliki *fashion style* yang sama dan kebanyakan merupakan perempuan, dimana menghabiskan budget yang tidak kurang dari Rp 50.000 per sekali *hangout*. Senada dengan penelitian sebelumnya, mahasiswa perempuan di Universitas Syiah Kuala lebih mengikuti tren mode dibandingkan laki-laki karena hasrat belanja, ketersediaan uang saku, dan tempat tinggal selama kuliah di kampus (Riadhah & Rachmatan, 2016). Selain itu, pengaruh perkumpulan yang diikuti oleh mahasiswa dapat menginisiasi konformitas yang merujuk ke negatif, membentuk hedonism dalam identitas diri. Mahasiswa dengan segala keingintahuan hal baru yang diperoleh dari interaksi sosial akan memunculkan konformitas gaya hidup hedonism yang semakin tinggi (Arinda, 2021).

Fashion style telah menjadi cara aktor sosial untuk berkomunikasi dengan lingkungan sekitar bagaimana menunjukkan citra ekspresi diri yang *feminine, trendy, glamour*, namun tetap sopan (Trisnawati, 2016). *Fashion style* pada mahasiswa mempertemukan konsumerisme yang tidak lagi melihat batasan makna dari suatu barang, tetapi lebih memandang aspek kesukaan karena bentuk atau gengsi. Budanti juga menambahkan bahwa lingkungan sosial dapat memberikan pengaruh yang cukup besar pada gaya hidup konsumsi seseorang secara eksternal, dimana aktor yang fokus dengan kemewahan cenderung memilih barang atau jasa berbanderol tinggi (Hartiyani Sadu Budanti, 2017).

Perilaku konsumtif yang dimiliki oleh mahasiswa secara tak langsung mempengaruhi tidak hanya satu produsen saling bersaing memunculkan inovasi baru untuk melahirkan berbagai produk menarik, dimana poros institusional modernitas, termasuk di dalamnya industrialisme, merujuk pada hubungan sosial dalam penggunaan kekuatan material dan

mesin produksi berskala besar. Kapitalisme yang turut dalam dimensi modernitas, mengarah pada sistem produksi komoditas yang melibatkan pasar produk kompetitif dan komodifikasi tenaga kerja (Sibly, 2015; Tucker, 1998)

Modernisasi industri akan membuat kapitalisasi menguasai siapapun tenaga kerja dalam bisnis komersil yang membutuhkan pekerjaan. Selain itu, atmosfir persaingan antar lawan pemilik modal akan semakin terasa untuk menghasilkan produk dengan kualitas terbaik yang bisa mempengaruhi konsumen (Arvenia et al., 2019). Risiko baru pada masyarakat akibat industrialisasi dan perkembangan ilmu pengetahuan terjadi karena tidak dibarengi kontrol yang lebih besar terhadap kehidupan sosial. Giddens berpendapat bahwa reflektivitas modernitas menciptakan “keadaan ketidakpastian dan pilihan ganda” (Tucker, 1998)

Kepercayaan dalam ruang dan waktu yang terikat dengan risiko diibaratkan seperti sistem perbankan, dimana yang mengatasi risiko dan yang menerima risiko. Ada dua pandangan terkait risiko, pertama sebagai elemen positif keputusan investasi pasar yang tidak harus diminimalkan. Kedua risiko dalam kaitannya dengan keamanan dan keselamatan di bidang lingkungan, kesehatan, dan sebagainya. Kedua perspektif risiko ini harus disatukan, karena pengaruh risiko pada era global menjadi lebih general (Achmad, 2020; Giddens, 1998)

Ko-eksistensi risiko dan arus global yang terus meningkat mengakibatkan individu mau tidak mau dipaksa untuk mempercayai bahwa dalam tidak ada satu orang pun yang memiliki kendali langsung dalam suatu peristiwa, sehingga memunculkan kecemasan dalam diri aktor. Giddens memiliki pemikiran mengenai dua konstruksi klasik tentang bagaimana rasanya hidup dalam modernitas yaitu dunia keterasingan bagi Marx dan birokrasi belunggu besi bagi Weber yang perlu diganti dengan citra modernitas baru, dianalogikan dengan *Juggernaut* atau raksasa (Steven, 2003). *Juggernaut* seperti yang dikemukakan Giddens sudah jelas terlihat pada mahasiswa yang tidak mampu mengendalikan diri dalam refleksi gaya hidup mengikuti tren mode *fashion style* terkini. Mahasiswa sejatinya sebagai penggerak perubahan di generasi masa depan menjadi terbius dengan gemerlap kesenangan fana yang tidak tahu kapan berakhir. Keadaan ini membawa lebih banyak sisi negatif yang terinterpretasi akibat gengsi atau pemuasan subjektif tertentu karena demi sebuah pengakuan, padahal dana yang dimiliki bisa dimanfaatkan untuk kepentingan pendukung selama belajar di universitas yang semakin meningkat biayanya.

Kemajuan teknologi seharusnya dijadikan momentum dalam kebangkitan diri bagaimana menyikapi tantangan yang kian menerjang dengan hebat. Namun, modernitas tidak boleh sampai merubah jati diri yang telah tersemat di masing-masing mahasiswa apalagi memudarkan norma agama. Pada saat ini ajaran agama hanya sebatas tradisi yang bersifat

realistik dan verbalistik pada periode tertentu (et. al. Masrizal, 2023; Munajah, 2021). Krisis agama dapat dilihat pada wilayah Eropa dan Amerika akibat kebudayaan modern, meskipun nilai ilmu pengetahuan dan ekonomi dalam peradabannya menjadi lebih kuat (Muthalib, Salman Abdul et al., 2022; Yuhasnil, 2019). Selain dari segi agama, tatanan atau kebiasaan tradisional yang dikombinasikan dengan modernitas akan membuat perilaku aktor yang kaya kearifan lokal menjadi semakin pudar dalam lingkungan sosialnya (Masrizal, 2015; Taufik et al., 2019).

Selaras dengan Giddens yang menekankan begitu pentingnya aktualisasi diri bersama identitas budaya dan politik dalam gerakan sosial baru, yang mana secara konkret menunjukkan pemikiran ulang tradisi dan keahlian dalam kehidupan dan sosial modernitas akhir (Arvenia et al., 2019; Tucker, 1998). Kapitalisme konsumen dengan upaya menstandarisasi konsumsi dan membentuk selera melalui iklan, memainkan peran dasar melahirkan narsisme. Gagasan masyarakat yang terpelajar dan cerdas telah lama menyerah pada konsumerisme yang meluas, didominasi oleh penampilan. Inilah mengapa kondisi sosial modern seolah-olah dikelilingi “cermin” penampilan diri yang dihargai secara sosial.

KESIMPULAN

Gaya hidup mahasiswa Universitas Syiah Kuala di era postmodernitas semakin mencerminkan *fashion style* mengikuti tren mode yang saat ini merata di hampir segala cakupan gaya hidup di belahan dunia. Terlebih penampilan diri yang juga mengkonsumsi barang *branded* yang terkesan agar diakui oleh kelompoknya atau aktor sosial lain dengan merujuk pada model terkini. Meskipun busana yang digunakan oleh mahasiswa masih sopan, namun pakaiannya cenderung mengarah agak ketat yang menampakkan aurat atau sering disebut dengan gaya berpakaian *you can see*, sehingga siapapun yang melihatnya terkadang menjadi salah fokus. *Fashion style* ini didukung dengan adanya teknologi yang semakin canggih, kafe-kafe berdesain modern yang semakin meningkat di kota Banda Aceh, dan karena adanya konformitas sosial.

Refleksi gaya hidup mahasiswa Universitas Syiah Kuala tersebut jelas mencerminkan bahwa modernisasi yang tanpa dibarengi oleh filter terlebih dahulu sangat berdampak bagi kepribadian masing-masing individu yang cenderung akan pengakuan. Keinginan mengikuti tren mode mengakibatkan banyak pengeluaran *budget* ke arah tanpa fungsi yang bermanfaat, justru membuat cara pandang ini sebagai sebuah sikap hedonisme untuk kepentingan sesaat, sehingga dilihat sebagai pemuas hasrat saja. Padahal *budget* yang dimiliki mahasiswa sebenarnya dapat sedikit disisihkan untuk keperluan masa depan.

Gagasan teori modernisasi Giddens dalam pandangannya tentang *Juggernaut* benar-benar terjadi di tengah para mahasiswa yang tidak mampu menahan nafsu atau mengontrol keinginan mengikuti tren mode yang semakin berkembang secara global. Walaupun mahasiswa sebagai aktor sosial memiliki usaha untuk mengendalikan, yaitu dengan kebutuhan primer, tetapi akan sangat sulit karena institusi modernitas yang saling tarik-menarik memberikan pengaruh di dalamnya. Lingkungan sekitar yang menuntut agar selalu kontemporer akan sama-sama membentuk karakteristik tertentu bagi aktor sosial yang mengisi tumpuan kehidupan.

Mahasiswa sebaiknya lebih peduli terhadap lingkungan yang didiami dan menahan diri untuk tidak ikut dalam arus modernisasi agar identitas dapat terjaga dengan baik. Sebagai agen perubahan masa depan sudah sewajarnya apabila mahasiswa mulai memahami makna yang sebenarnya dengan terus belajar demi kemajuan bangsa Indonesia. Jangan sampai malah membawa bangsa yang sudah dipejuangkan oleh pejuang yang luar biasa ke dalam jurang kehancuran karena tidak mampu mengendalikan nafsu belaka.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Ainy, Z. N. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 226–235. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2672>
- Achmad, Z. A. (2020). Anatomi Teori Strukturasi Dan Ideologi Jalan Ketiga Anthony Giddens. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9(2), 45–62. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.989>
- Arinda, D. (2021). Konformitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 528. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i3.6497>
- Arsita, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125–131. <https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>
- Arvenia, R., Fedryansyah, M., & Nurdin, M. F. (2019). Giddens dan Kapitalisme: Etika Kerja Buruh Perkebunan Karet di Sumatera Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 5(2), 108. <https://doi.org/10.22146/jps.v5i2.44637>
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147–166. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>
- Bamberg, M., DEmuth, C., And, & Watzlawik, M. (2021). The Origin and Development of the Concept of Identity. In *The Cambridge Handbook of Identity* (pp. 23–98). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108755146.002>
- Chandra, K. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Komsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.

- Creswell, et. al. (2018). *Research and Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. In *Thousand Oaks California*.
- Fiorenza, M. (2017). The Study of Risk in the Light of Social Changes: Beck and Giddens. *Journal of Educational and Social Research*, 7(1), 159–162. <https://doi.org/10.5901/jesr.2017.v7n1p159>
- Giddens. (1998). *Conversations with Anthony Giddens Making Sense of Modernity*. Polity Press.
- Hartiyani Sadu Budanti, M. I. & M. S. (2017). Pengaruh Sosial Lingkungan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Komsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *BISE*, 3(2), 1–14.
- Hendariningrum, Retno, and M. E. S. (2014). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 25–32.
- Hidayat, M. A. (2019). Menimbang Teori-teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik Dan Masadepan Postmodernisme. *Journal of Urban Sociology*, 2(1), 42. <https://doi.org/10.30742/jus.v2i1.610>
- Idrus M. S dan Priyono. (2014). *Penelitian Kualitatif di Manajemen dan Bisnis*. Penerbit Zifatama Publisher.
- Masrizal. (2017). Musrena and E-Musrenbang Dictionary-Based Development Planning Against Gender Perspective Policy. *Procedia - Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 81(Icosop 2016), 152–159.
- Masrizal, et. al. (2023). Application of the structural guidance model for mualaf banda aceh in strengthening education islamic values. *Multidisciplinary Science Journal*, 5(4), 2023047. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2023047>
- Masrizal, M. (2015). *Pengendalian masalah sosial melalui kearifan lokal* (Sabirin (ed.)). Syiah Kuala University Press.
- Matondang, A. (2019). Dampak MODERNISASI TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL MASYARAKAT. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 8(2), 7. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/wahana/article/view/2389/1595>
- Munajah, N. (2021). Agama Dan Tantangan Modernitas. *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 83–92. <https://doi.org/10.34005/tahdzib.v4i1.1433>
- Muthalib, Salman Abdul, M., Abdullah, I. Y., & Melayu, H. A. (2022). Public Services for Non-Muslims in Aceh : Non-Muslim Rights in The Application of Islamic Sharia Law. *Res Militaris*, 12, 85–101.
- Nashir, H. (2012). Memahami Strukturasi dalam Perspektif Sosiologi Giddens. *Sosiologi Reflektif*, 7(1), 1–9.
- Octaviana, R. (2020). Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 5(1), 121–133. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v5i1.6267>
- Prijana, P. (2015). Internet Dan Gaya Fashion Mahasiswa. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 3(2), 283. <https://doi.org/10.24198/jkip.v3i2.11590>
- Raco, C. R. S. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*.
- Riadhah, C. A., & Rachmatan, R. (2016). Perbedaan Konsumsi Hedonis pada Mahasiswa

- Universitas Syiah Kuala Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Asal Fakultas. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 3(2), 179–190. <https://doi.org/10.15575/psy.v3i2.1109>
- Sibly, H. (2015). *ANU Press*. 15(3), 83–91.
- Siburian, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga dan Sales Promotion terhadap Pembelian Implusif Pada e-Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 176–191. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Steven, L. (2003). *The sociology of Anthony Giddens*. Pluto Press.
- Taufik, M., Sukmaniar, S., Saputra, W., & Putri, M. K. (2019). Perubahan Kondisi Sosial Budaya Masyarakat Permukiman Kumuh Akibat Urbanisasi Di Kota Palembang. *Publikauma : Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 7(2), 12. <https://doi.org/10.31289/publika.v7i2.2969>
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>
- Tucker, K. (1998). *Anthony Giddens and Modern Social Theory*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446279021>
- Tyaswara, Baruna, E. al. (2017). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 3(September), 2579–3292.
- Yuhasnil. (2019). Perubahan Nilai-Nilai Budaya Dalam Proses Modernisasi Di Indonesia. *Jurnal Menara Ilmu*, 13(5), 22–30. <https://doi.org/doi:https://doi.org/10.33559/mi.v13i5.1375>