

Peran Komunikasi Artifaktual dalam Membangun Identitas Visual dan Budaya Mahasiswa Fashion di Burgo Indonesia

Yessica¹, Lusia Savitri Setyo Utami^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: yessica.915210120@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: lusias@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 20-12-2024, revisi tanggal: 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal: 21-02-2025

Abstract

With cultural diversity, fashion goes beyond aesthetics and becomes a non-verbal communication tool that reflects an individual's identity, social status and values. It is able to shape perceptions and self-image that reflect the visuals and culture that characterize a person. This research wants to know and describe artifactual communication as a visual and cultural identity of fashion students in Burgo Indonesia. This research uses symbolic interaction theory by George Herbert Mead, which explains social symbols and meanings influence human interaction. This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach. Data was collected through in-depth interviews and direct observation of fashion students at Burgo Indonesia. The results showed that the work of fashion students in Burgo Indonesia is aesthetic but also has meaning, reflecting a distinctive visual and cultural identity. The findings contribute to the development of artifactual communication theory as well as providing practical guidance for fashion students in creating design works that combine aesthetics and culture as individual characteristics.

Keywords: *artifactual communication, cultural identity, fashion, symbolic interaction theory, visual identity.*

Abstrak

Dengan keberagaman budaya, *fashion* tidak hanya berbicara estetika, melainkan menjadi alat komunikasi non-verbal yang mencerminkan identitas, status sosial, dan nilai individu. Hal ini mampu membentuk persepsi dan citra diri yang mencerminkan visual dan budaya yang menjadi ciri khas seseorang. Penelitian ini ingin mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi artifaktual sebagai identitas visual dan budaya mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik oleh George Herbert Mead, yang menjelaskan simbol dan makna sosial memengaruhi interaksi manusia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karya mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia estetis tetapi juga memiliki makna, mencerminkan identitas visual dan budaya yang khas. Temuan ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi artifaktual serta memberikan panduan praktis bagi mahasiswa *fashion* dalam menciptakan karya desain yang memadukan estetika dan budaya sebagai ciri khas individu.

Kata Kunci: *fashion, identitas budaya, identitas visual, komunikasi artifaktual, teori interaksi simbolik.*

1. Pendahuluan

Indonesia memiliki keberagaman budaya yang bermacam-macam, yang dapat diekspresikan seseorang atau kelompok melalui *fashion* (Maksum, 2018). Di era globalisasi, *fashion* telah bermutasi sebagai alat komunikasi artifaktual yang mencerminkan identitas visual dan budaya dari setiap individu atau kelompok (Poerwanto & Yudha, 2019). Seiring perkembangan zaman modern, peralihan era globalisasi juga didukung oleh perkembangan teknologi dalam mempermudah seseorang dalam mengakses segala sesuatu, termasuk dalam melihat sudut pandang seseorang melalui *fashion* secara global melalui teknologi (Pohan et al., 2024). Maka dengan kacamata tersebut, *fashion* dapat diasumsikan sebagai media komunikasi (Sari et al., 2021).

Komunikasi artifaktual termasuk suatu bentuk komunikasi non verbal yaitu proses berkomunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan tanpa diiringi melalui kata-kata dalam menyampaikan pesan atau makna tersebut, hal ini dapat ditampilkan dengan mengintegrasikan simbol-simbol yang diciptakan manusia ke dalam busana, yang juga bentuk dari artefak (Gantiano, 2017). Komunikasi artifaktual merupakan proses penyampaian pesan identitas, tradisi atau nilai-nilai suatu masyarakat melalui objek fisik yang bermakna (Sandy, 2023).

Dalam dunia *fashion*, komunikasi artifaktual telah tertuang dan tereliasasikan ke dalam wujud rancangan sebuah karya desain busana, dimana hal ini dapat menjadi bentuk komunikasi tersirat dalam menyampaikan ciri khas berupa identitas visual dan budaya dalam berpenampilan sehingga dengan mudah dikenali tanpa perlu berpikir panjang. Identitas visual adalah sebuah elemen yang menggambarkan suatu karakter di dalam individu atau kelompok, yang dapat ditampilkan melalui elemen atau simbol, gaya dan warna yang dipilih. Identitas visual memiliki peranan penting dalam membangun citra yang kuat yang mampu beradaptasi dengan kebutuhan perkembangan zaman modern ini, baik secara individu ataupun kelompok (Mudana et al., 2024).

Selain itu, identitas budaya juga memiliki peranan penting akan mengungkapkan ciri khas seseorang atau kelompok, dimana budaya tidak hanya terbatas pada tradisi atau warisan lokal, tetapi juga dapat berupa aksesoris, pakaian, atau elemen lain sebagai bentuk ekspresi diri dan ciri khas dalam berpenampilan, tetapi tak memungkinkan bahwa budaya dapat juga berupa menyampaikan nilai dan tradisi mendalam seperti pakaian adat, kain batik, dan sebagai lainnya.

Identitas budaya menggambarkan bagaimana individu atau kelompok membentuk dan mengekspresikan citra diri mereka dalam bersosial dan budaya. Samovar mengungkapkan bahwa identitas budaya itu dinamis dan berkembang sehingga ditekankan pentingnya akulturasi dalam pembentukan budaya (Tamburion, 2018). Seperti tren *fashion* tenun endek Bali yang dipakai oleh Christian Dior dalam seni pertunjukan wayang kulit. *Fashion* juga beradaptasi sebagai media komunikasi dalam memperkenalkan dan memperkuat identitas budaya lokal (Dewi & Wiranata, 2017). Selain itu, penggunaan kain ulos dalam karya desain busana yang dihasilkan oleh desainer Jenny Yohana Kansil yang memasukkan identitas visual berupa keindahan, tetapi juga mengomunikasikan beberapa pesan yang mendalam tentang pentingnya mempertahankan warisan budaya Indonesia didalam dunia *fashion* modern (Fanani, 2024).



Gambar 1.1 Desain ulos modern karya Jenny Yohana Kansil (JYK)
Sumber : Internet

Dalam menghubungkan komunikasi artifaktual dengan identitas visual dan budaya, penelitian ini menggunakan Teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead. Teori ini menjelaskan bahwa simbol dan makna sangat memengaruhi tindakan bersosialisasi manusia. Simbol-simbol baik komunikasi verbal, maupun non verbal, memiliki makna yang telah disepakati bersama dalam interaksi sosial dan bukan berasal dari objek atau tindakan itu sendiri. Mead mengidentifikasi tiga konsep utama antara lain: *mind* (pikiran), *self* (diri), dan *society* (masyarakat) (Sandy, 2023).

Mind merupakan kemampuan individu dalam memahami dan menginterpretasikan simbol-simbol sosial sebagai proses interaksi atau pengalaman sosial dapat berupa bahasa, gestur, atau tanda lain yang telah disepakati (Wijayanti & Utami, 2023). Dalam *fashion*, *mind* dapat terlihat dari bagaimana cara seseorang dalam memilih elemen-elemen dalam yang terdapat dalam pakaian untuk mendapatkan pandangan bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain. *Self* merupakan kesadaran individu terhadap identitasnya yang terbentuk melalui proses interaksi dengan orang lain, yang terbagi dalam dua aspek yaitu 'I' bagian diri spontan, kreatif, dan cenderung impulsif dan 'Me' bagian diri yang mencerminkan norma, nilai, dan ekspektasi sosial yang telah ditanamkan (Wijayanti & Utami, 2023).

Dalam *fashion*, 'I' dapat terlihat ketika seseorang mencoba gaya berpakaian yang unik atau berbeda, dan 'Me' mencerminkan pemilihan pakaian yang sesuai dengan norma sosial atau acara tertentu. *Society* adalah kerangka sosial yang memungkinkan individu dalam memahami peran mereka melalui simbol dan nilai kelompok atau konsep *generalized other* (Fathonah et al., 2019). Dalam *fashion*, masyarakat menggunakan simbol tertentu seperti pakaian adat, untuk menunjukkan status sosial, budaya, atau identitas kelompok tertentu. Maka dalam *fashion*, teori interaksi simbolik dengan konsep *mind*, *self*, dan *society* saling terkait mengenai *mind* sebagai simbol, *self* sebagai ekspresi dan *society* sebagai acuan berpakaian sesuai norma yang berlaku dalam mengungkap identitas visual dan budaya individu dalam berinteraksi sosial (Sandy, 2023).

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi artifaktual sebagai identitas visual dan budaya mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia dengan mengungkapkan bahwa bagaimana komunikasi artifaktual dapat digunakan sebagai identitas visual dan budaya mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia. Dengan mengungkapkan bahwa *fashion* sebagai media komunikasi yang

memiliki peran penting karena selain untuk menjadi kebutuhan pokok dalam melindungi tubuh, tetapi sebagai sarana komunikasi dalam menyampaikan makna lebih dalam (Sari et al., 2021). Untuk itu, *fashion* dapat diekspresikan oleh *mahasiswa fashion di Burgo* Indonesia dalam karya desain busana berupa pakaian dan aksesoris dengan mengintegrasikan elemen visual dan budaya seperti warna, tekstur, pola, corak dan bentuk ke dalam karyanya.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori interaksi simbolik untuk memahami fenomena secara lebih mendalam (Rusandi & Rusli, 2023). Dengan metode studi kasus yang diterapkan untuk menggali fenomena secara mendalam dan spesifik. Subyek yang menjadi sumber utama data dalam penelitian adalah mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia, karena berperan langsung dalam proses karya desain busana dan obyek pada penelitian ini mengenai hal-hal yang dianalisis untuk mendapat kesimpulan yaitu komunikasi artifaktual sebagai identitas visual dan budaya berupa elemen pada karyanya.

Metode pengumpulan data meliputi: data primer, data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber utama di lapangan yaitu metode wawancara mendalam dan observasi dengan mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia dengan mengamati juga ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan reaksi emosional narasumber selama wawancara berlangsung. Adapun kriteria dalam melakukan wawancara mendalam pada penelitian ini yaitu mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia yang telah dan sedang mengambil studi diploma atau sedang aktif di bidang usaha *fashion*, memiliki pengalaman dalam menghasilkan karya, atau mengikuti lomba, target utamanya pada mahasiswa semester akhir yang telah menghasilkan rancangan karya desain busana yang telah memiliki pemahaman matang mengenai identitas visual dan budaya dalam karya desain busananya.

Kedua, data sekunder yaitu informasi yang diambil dari sumber lain yang sudah ada sebelumnya berupa dokumen, laporan, artikel, publikasi, atau sumber tertulis lainnya yaitu dokumentasi yaitu foto, video, portofolio, dan materi lainnya yang merepresentasikan komunikasi artifaktual secara tersirat melalui karya desain busananya dan literatur yaitu proses mengkaji secara kritis pengetahuan, gagasan atau temuan yang terdapat dari sumber akademik yang relevan dengan penelitian ini yang mendukung kerangka teori dan memperkuat analisis terhadap elemen artifaktual, identitas visual dan identitas budaya berupa artikel, jurnal, dan buku.

Teknik pengolahan dan analisis data yaitu menggunakan teori Miles dan Huberman yaitu melalui tiga tahapan utama yang saling berkaitan dan dilakukan secara berulang yaitu reduksi data, penyajian data serta menarik kesimpulan dan verifikasi dengan menggunakan metode triangulasi untuk menguji keabsahan data dengan melakukan wawancara dengan sumber ahli yaitu Dr. Bhernadetta Pravita W, S.Sos., M.Si. selaku Dosen tetap Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Nusantara. Dengan memahami tujuan penelitian ini, untuk mengungkapkan bagaimana mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia memahami busana sebagai bentuk komunikasi artifaktual yang dapat mencerminkan identitas visual dan budayanya kepada khalayak.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Identitas Visual Mahasiswa *Fashion* di Burgo Indonesia melalui Komunikasi Artifaktual

Mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia mengekspresikan identitas visual mereka melalui pemilihan elemen visual seperti warna, pola, tekstur, dan elemen lainnya. Informan I, misalnya, mengadopsi pola bustier yang terinspirasi dari budaya Eropa dengan mengungkapkan bahwa identitas desainnya terletak pada sentuhan desain busana yang feminim, anggun, tetapi memiliki sisi *glamour*. Informan IV Gabby Jonas memasukan unsur palet warna yang *colorful* dan *bold playful* dengan memadukan dengan tema laut. Sedangkan informan II memilih desain minimalis dengan warna netral, seperti hitam dan putih, untuk menampilkan kesederhanaan namun tetap mencerminkan identitas pribadinya. Pemilihan elemen-elemen visual ini menunjukkan bagaimana mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia memanfaatkan elemen visual untuk menyampaikan pesannya ke khalayak.

Teknologi sebagai Pendukung Penyampaian Identitas Visual Mahasiswa *Fashion* di Burgo Indonesia

Teknologi berperan dalam mempermudah mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia mengembangkan pola kain dan desain secara digital. Teknologi seperti CLOUD 3D dan Adobe membantu mereka menciptakan desain secara digital dengan presisi tinggi, mengurangi ketergantungan pada metode manual, dan meningkatkan efisiensi proses desain, dengan tidak membuang material seperti kertas pola hal tersebut diungkapkan oleh Informan I dan Informan IV. Dengan teknologi ini, mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia dapat mencoba berbagai variasi corak dan warna sebelum memproduksi desain secara fisik. Media sosial juga menjadi alat penting untuk mempromosikan karya secara luas, menjangkau audiens global, sekaligus meningkatkan visibilitas desain mereka baik secara lokal maupun internasional, sebagaimana dijelaskan oleh Informan III dalam penggunaan Instagram.

Identitas Budaya Mahasiswa *Fashion* di Burgo Indonesia melalui Komunikasi Artifaktual

Identitas budaya juga memiliki peranan penting dalam mengungkapkan ciri khas seseorang atau kelompok. Budaya tidak hanya terbatas pada tradisi atau warisan lokal, tetapi juga dapat berupa aksesoris, pakaian, atau elemen lain sebagai bentuk ekspresi diri dan berpenampilan, tetapi budaya juga dapat berupa menyampaikan nilai dan tradisi mendalam seperti pakaian adat, kain batik, dan sebagai macamnya. Informan III menggunakan motif tradisional wastra Sulawesi untuk mempromosikan budaya Kolaka. Informan IV menciptakan motif kain yang terinspirasi oleh laut dan kehidupan suku Bajo, memadukan nilai tradisional dengan interpretasi modern. Namun, Informan I mengungkapkan kekhawatirannya tentang kemungkinan kesalahan interpretasi elemen budaya dalam karyanya. Hal ini menunjukkan pentingnya pemahaman yang mendalam terhadap budaya lokal saat memilih desain karya untuk menciptakan karya desain yang autentik dan bermakna. Budaya pada Informan I terletak pada desainnya yang feminim, dan elegan.

Identitas Visual dan Budaya Mahasiswa *Fashion* di Burgo Indonesia dalam Perspektif Teori Interaksi Simbolik

Bagian ini menggunakan teori interaksi simbolik untuk menjelaskan bagaimana identitas visual dan budaya mahasiswa dibentuk melalui tiga elemen utama: *self*, *mind*, dan *society*. *Self* terlihat dalam keunikan desain yang mencerminkan kepribadian mahasiswa, seperti desain feminim informan I. *Mind* mencerminkan kemampuan berpikir simbolik mahasiswa untuk menghubungkan elemen budaya, seperti informan IV yang terinspirasi oleh nilai kekeluargaan suku Bajo. *Society* menunjukkan pengaruh norma sosial dan budaya terhadap karya mahasiswa, seperti Informan III yang memperkenalkan budaya Kolaka melalui desainnya.

Komunikasi Artifaktual sebagai Identitas Visual Mahasiswa *Fashion* di Burgo Indonesia

Menurut akademisi Ilmu Komunikasi, Dr. Bhernadetta Pravita W, *fashion* tidak hanya berfungsi sebagai estetika, tetapi juga menjadi media komunikasi non-verbal yang mencerminkan identitas dan nilai sosial seseorang. Melalui elemen visual seperti pola, warna, dan tekstur, mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia memanfaatkan komunikasi artifaktual untuk mengekspresikan kepribadian mereka. Dalam teori Interaksi Simbolik, elemen *self* menggambarkan bagaimana individu menciptakan karya yang mencerminkan identitas mereka.

Peran Teknologi dalam Mendukung Komunikasi Artifaktual Mahasiswa *Fashion* di Burgo Indonesia

Akademisi Ilmu Komunikasi, Dr. Bhernadetta Pravita W menegaskan bahwa teknologi seperti CLOUD 3D dan media sosial memainkan peran besar dalam menyempurnakan dan menyebarkan pesan visual mahasiswa *fashion* secara global. Teknologi ini membantu mahasiswa memvisualisasikan ide desain secara efisien sebelum diwujudkan secara fisik. Dalam Teori Interaksi Simbolik, elemen *mind* mencerminkan bagaimana mahasiswa memanfaatkan teknologi untuk mengolah simbol-simbol visual dengan lebih mendalam.

Komunikasi Artifaktual sebagai Identitas Budaya *Fashion* di Burgo Indonesia

Dr. Bhernadetta Pravita W. menjelaskan bahwa simbol dalam *fashion* sering dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan budaya. Mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia menggunakan motif tradisional dan elemen budaya untuk mempromosikan nilai budaya kepada audiens. Dalam Teori Interaksi Simbolik, elemen *society* menunjukkan pengaruh norma sosial terhadap karya desain mahasiswa yang melibatkan identitas budaya.

Analisis Perspektif Teori Interaksi Simbolik Mahasiswa *Fashion* di Burgo Indonesia

Menurut Dr. Bhernadetta Pravita W, simbol visual dalam *fashion* mencerminkan tiga elemen utama teori Interaksi Simbolik: *self* (kepribadian individu melalui desain), *mind* (pemahaman simbol visual untuk menciptakan makna), dan *society* (pengaruh norma sosial terhadap karya desain). Mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia menjadikan media komunikasi artifaktual yang efektif untuk menyampaikan identitas visual dan budaya kepada audiens lokal maupun global.

4. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *fashion* tidak hanya dipandang sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi nonverbal yang mencerminkan identitas, status sosial, dan nilai individu. Elemen visual seperti warna, pola, dan tekstur menjadi sarana pembentuk persepsi dan citra diri di masyarakat. Keberagaman budaya yang digambarkan oleh mahasiswa *fashion* di Burgo Indonesia tercermin melalui karya desain yang menonjolkan identitas visual dan budaya sebagai ciri khas individu. Dengan teori interaksi simbolik George Herbert Mead, penelitian ini menemukan bahwa elemen *mind* (proses berpikir simbolik), *self* (ekspresi identitas diri), dan *society* (pengaruh norma sosial) saling terintegrasi dalam membentuk makna yang tercermin melalui pakaian dan aksesoris yang dirancang mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karya mahasiswa tidak hanya estetis tetapi juga bermakna, mencerminkan kepribadian dan budaya yang khas. *Fashion* digunakan sebagai media komunikasi artifaktual yang menghubungkan individu dengan masyarakat melalui simbol-simbol visual yang bermakna. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi artifaktual serta memberikan panduan praktis bagi desainer dan pelaku industri *fashion* dalam menciptakan karya desain yang memadukan estetika dan budaya sebagai ciri khas individu. Hal ini juga memberikan wawasan baru bagi akademisi untuk mengembangkan kajian tentang identitas visual dan budaya dalam desain *fashion*.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta pihak-pihak yang terlibat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Daftar Pustaka

- Dewi, P. R. K., & Wiranata, I. M. A. (2017). Kolaborasi Dior Dan Tenun Endek Bali Dalam Kerangka Diplomasi Budaya Indonesia. *Global Strategis*, 2(2). <https://pdfs.semanticscholar.org/02d5/6b810b64248a7aacae08372ef3d80dd7b106.pdf>
- Fanani, Ipan. (2024, March 13). *Gaya Hidup Burgo Indonesia Persembahkan "Ekata" Di Pagelaran Plaza Indonesia Fashion Week 2024*. <https://www.pramborsfm.com/>. <https://www.pramborsfm.com/amp/lifestyle/burgo-indonesia-persembahkan-ekata-di-pagelaran-plaza-indonesia-fashion-week-2024>
- Fathonah, S., Paramita, S., & Utami, L. S. S. (2019). Makna Pesan Dalam Tari Tradisional (Analisis Deskriptif Kualitatif Makna Pesan Dalam Kesenian Tari Piring). *Koneksi*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/KN.V3i1.6151>
- Gantiano, H. E. (2017). Analisis Dampak Strategi Komunikasi Non Verbal. *Dharmaduta*, XV(1), 86–93.
- Maksum, D. (2018). Hubungan Pemahaman NKRI Dan Kesadaran Akan Keragaman Budaya Lokal Dengan Sikap Cinta Tanah Air Di Kelas V Sekolah Dasar Di Gugus VI Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *MODELING: Jurnal*

- Program Studi PGMI*, 5(2), 217–340.
<https://doi.org/10.69896/Modeling.V5i2.340>
- Mudana, I. G., Julianto, I. N. L., Yasa, G. P. P. A., Sustawati, N. L., Ardini, N. W., Sumerjana, K., & Andreani, N. P. E. (2024). Identitas Visual Karakter Animasi Sebagai Representasi Multikultural Labuan Bajo. *Visualita*, 12(02).
<https://doi.org/10.34010/Visualita.V12i2.11406>
- Poerwanto, & Yudha, R. P. (2019). Persepsi Generasi Millineal Terhadap Jilbab Sebagai Identitas, Fesyen, Komunikasi Nonverbal Dan Kreativitas. *Tourism And Creativity*, 3(1), 3–4. <https://doi.org/10.19184/Jtc.V3i1.13942>
- Pohan, J. D. B., Marliyah, & Nasution, M. L. I. (2024). Penerapan Circular Fashion Pada Perilaku Hedonisme Generasi Z Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jambura Economic Education Journal Hlm*, 6(1), 217–231.
<https://doi.org/https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/Jej/index>
- Rusandi, & Rusli, Muhammad. (2023). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60.
<https://doi.org/http://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/Aujpsi>
- Sandy, R. Kurnia. (2023). *Fashion Sebagai Komunikasi Artifaktual Dalam Pembentukan Identitas Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung* [Skripsi, Universitas Lampung]. <http://digilib.unila.ac.id/72897/>
- Sari, Y. M., Adhrianti, L., & Saragih, R. B. (2021). Komunikasi Non Verbal Artifaktual Melalui Pakaian Sebagai Media Pembentukan Identitas Diri Pada Mahasiswa Bercadar Di Universitas Bengkulu. *Journal Of Islamic Communications*, 2(2).
<https://doi.org/10.36085/Joiscom.V2i2.1986>
- Tamburion, Daniel. (2018). Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Dayak Dalam Menjaga Kerukunan Hidup Umat Beragama. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 77–86.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=+komunikasi+lintas+budaya+masyarakat+dayak+dalam+menjaga+kerukunan+hidup+umat+beragama&btnq=
- Wijayanti, I., & Utami, L. S. S. (2023). Analisis Pembentukan Konsep Diri Terkait Makna Pesan Dalam Lirik Lagu (Studi Kasus Pada Kalangan Penggemar Boygroup BTS). *Koneksi*, 7(2), 375–384.
https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:G-Ob1P9UowEJ:scholar.google.com/&hl=en&as_sdt=0,5