

ABSTRAK

Nama / NIM	:	Sarah Angela / 2007-52-020
Judul	:	<i>Fashion</i> Sebagai Komunikasi, Pesan Yang Terkandung Dalam Penggunaan <i>Céline Luggage Phantom Square Bag</i>
Jumlah Halaman	:	93 halaman; 10 gambar; 9 lampiran
Kata Kunci	:	<i>Fashion As Communication, Fashion</i> Sebagai Komunikasi, Pesan, Komunikasi Nonverbal, Komunikasi Artifaktual, <i>Artifactual Communication, Céline Luggage Phantom Square Bag.</i>
Daftar Pustaka	:	38 Buku (1978-2010); 15 Website

Fashion sebagai komunikasi merupakan sebuah hal yang sekarang ini melekat erat dalam kehidupan sehari-hari dan telah menjadi budaya bagi banyak orang mengenai penggunaan tas *branded*. Penggunaan tas *branded* menjadi salah satu tujuan identifikasi diri dari para penggunanya.

Berdasarkan hal tersebut dan ketertarikan peneliti sendiri dalam dunia *fashion* dan komunikasi, maka peneliti akan menganalisa mengenai *Céline Luggage Phantom Square Bag* yang berhasil mencuri perhatian dari berbagai kalangan masyarakat, terutama kalangan sosialita. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Peneliti menggunakan pemahaman mengenai komunikasi nonverbal, teori interaksi simbolik dan komunikasi artifaktual yang menggunakan objek sebagai cara komunikasi. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika dan juga melakukan wawancara mendalam terhadap *informan* dan *key informan* dengan tujuan pengumpulan data. Persaingan prestise, dan untuk mempertunjukkan kelas sosial menjadi kajian yang menarik dibahas dalam ilmu komunikasi.

Penelitian ini menganalisa keterhubungan antara *Céline Luggage Phantom Square Bag* terhadap pesan yang disampaikan. Kategori yang digunakan untuk penelitian ini adalah variable objek itu sendiri dengan pendekatan semiotika dan juga kategori pesan yang akan peneliti analisa melalui harga, gaya, dan prestise dari masing-masing pengguna maupun dari seorang *fashion stylist* yang diharapkan akan membantu penelitian ini mencapai hasil yang akurat.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui bahwa proses komunikasi nonverbal terjadi setiap saat tanpa harus adanya rangsangan dari salah satu pihak. Bahwa satu orang tetap bisa menyampaikan pesan kepada orang lain tanpa harus berkomunikasi maupun melakukan respons terhadap tindakan yang dilakukan, namun tanpa seseorang melakukan hal apapun terhadap orang lain, tetap ada proses komunikasi yang dilakukan. Komunikasi nonverbal tidak dapat dikatakan gagal apabila pesan yang disampaikan dari komunikator melalui komunikasi artifaktual memberikan makna yang berbeda kepada komunikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, yang telah membantu melimpahkan berkat dan anugerah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “*Fashion* Sebagai Komunikasi: Pesan Yang Terkandung Dalam Penggunaan *Céline Luggage Phantom Square Bag*”. Skripsi ini disusun oleh peneliti guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Hubungan Masyarakat di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak yang dengan kesediaannya telah membantu peneliti. Dengan demikian, perkenankanlah peneliti dalam kesempatan ini untuk menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Indrawadi Tamin, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Sumartono, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Jurusan Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.
3. Ibu Ade Suryani, M. Soc., Sc., selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan dorongan berupa support yang tidak habis-habisnya.
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu peneliti dalam hal akademis dan proses administrasi untuk penyelesaian skripsi ini. Serta pihak perpustakaan yang telah memberikan bantuan

kepada penulis dalam pencarian buku-buku sebagai studi dokumentasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Papa, Mama, Kakak yang membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Shene Wijaya, Feli, Apaw, Codot, Bella Fernanda, Vivi Karko, Erick Tjong, Ato, Akbar Marioni, Enrico Wongso, Adhitya Fauzan, Farid Kuncoro yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi dan selama masa studi.
7. Seluruh teman dari Jurusan Hubungan Masyarakat terutama angkatan 2007 yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan dorongan serta semangat yang diberikan kepada penulis.
8. Ricky Farody, yang bersedia menunggu proses pembuatan skripsi saya setiap tengah malam sampai menjelang subuh.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyelesaian skripsi ini, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga Tuhan menyertai dan memberkati kita semua.

Jakarta, 20 Juli 2012

Peneliti,

Sarah Angela

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Definisi Konsep	11
2.2. Komunikasi	12
2.3. Pesan	18
2.3.1. Pesan Verbal	20
2.3.2. Pesan Non Verbal	21
2.4. Komunikasi Artifaktual	25
2.4.1. Teori Interaksi Simbolik	26

2.5.	Budaya	33
2.6.	Fenomena Sosial	36
2.7.	Fashion	37
2.7.1.	Fashion Statement	39
2.7.2.	Fashion Items	41
2.8.	Brand	41
2.9.	Kerangka Pemikiran	43
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1.	Metode Penelitian	44
3.1.1.	Model Semiotika Charles Sanders Peirce	48
3.2.	Sumber Data	52
3.2.1.	Data Primer	53
3.2.2.	Data Sekunder	53
3.3.	Instrumen Penelitian	54
3.4.	Bahan Penelitian dan Unit Analisis	55
3.5.	Informan dan Key Informan	56
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6.1.	Wawancara Mendalam	58
3.6.2.	Dokumentasi	60
3.7.	Keabsahan Data	61
3.8.	Teknik Analisa Data	62

BAB IV	HASIL PENELITIAN	65
4.1.	Subjek Penelitian.....	65
4.1.1.	Sejarah Singkat <i>Céline</i>	65
4.1.2.	<i>Céline Luggage Phantom Square Bag</i>	68
4.2.	Hasil Penelitian.....	70
4.2.1.	Analisis Warna <i>Céline Luggage Phantom Square Bag</i> ..	71
4.2.2.	Analisis Corak Kulit <i>Céline Luggage Phantom Square Bag</i>	78
4.2.3.	Analisis Desain <i>Céline Luggage Phantom Square Bag</i> ..	82
4.2.4.	Analisis Harga <i>Céline Luggage Phantom Square Bag</i> Dimata Komunikasikan	86
4.2.5.	Analisa Gaya Yang Ingin Ditunjukkan Melalui Penggunaan <i>Céline Luggage Phantom Square Bag</i> Dimata Komunikasikan	87
4.2.6.	Analisa Mengenai Prestise Yang Terkandung Melalui Penggunaan <i>Céline Luggage Phantom Square Bag</i> Dimata Komunikasikan	89
BAB V	PENUTUP	91
5.1.	Kesimpulan	91
5.2.	Keterbatasan	92
5.3.	Saran	93

DAFTAR GAMBAR DAN BAGAN

Gambar 1.1.1	<i>Céline Luggage Phantom Square Bag Shocking Pink</i>	7
Gambar 2.9.1	Kerangka Pemikiran	44
Gambar 3.1.1.1	Segitiga Semiotika Charles Sanders Peirce	51
Gambar 4.1.1	Logo <i>Céline</i>	65
Gambar 4.2.1.1.	<i>Céline Luggage Phantom Square Bag Red</i>	71
Gambar 4.2.1.2.	<i>Céline Luggage Phantom Square Bag Black</i>	73
Gambar 4.2.1.3.	<i>Céline Luggage Phantom Square Bag Green</i>	74
Gambar 4.2.1.4.	<i>Céline Luggage Phantom Square Bag White</i>	75
Gambar 4.2.2.1.	<i>Céline Luggage Phantom Square Bag Crocodile</i>	77
Gambar 4.2.3.1.	<i>Céline Luggage Phantom Square Bag Khaki</i>	80

LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil wawancara dengan *informan 1*, Eugenia Fernanda
Bella Beahance.
- Lampiran 2 : Hasil wawancara dengan *informan 2*, Nadya Putri
Wangsa.
- Lampiran 3 : Hasil wawancara dengan *informan 3*, Vivi Karko.
- Lampiran 4 : Hasil wawancara dengan *key informan*, Erick Tjong.
- Lampiran 5 : Tabel perbandingan warna dari ranah semiotika dengan
hasil wawancara mendalam
- Lampiran 6 : Tabel perbandingan gaya yang ingin dikomunikasikan
oleh komunikator dimata komunikan melalui penggunaan
tas
- Lampiran 7 : Tabel perbandingan desain dari ranah semiotika dengan
hasil wawancara mendalam
- Lampiran 8 : Riwayat penulis
- Lampiran 9 : Kartu Bimbingan