

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Kontruksi Makna Penggunaan *Bag Charm* Sebagai Representasi Diri (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Gen Z Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi makna penggunaan bag charm sebagai bentuk representasi diri di kalangan mahasiswa Gen Z Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan. Bag charm yang awalnya hanya berfungsi sebagai aksesori fungsional kini telah bergeser menjadi media komunikasi non-verbal yang sarat akan makna simbolis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan informan yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Pasundan pemilik bag charm.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi makna informan terbagi ke dalam dua motif utama. Pertama, *because-of-motive* (motif sebab) yang didasari oleh latar belakang minat pada budaya populer (K-Pop), pengaruh tren media sosial, serta nilai sentimental dari pemberian orang terdekat. Kedua, *in-order-to-motive* (motif tujuan) sebagai upaya untuk membangun kedekatan simbolis dengan idola, menunjukkan eksistensi diri, serta sebagai navigasi identitas agar tampil unik di lingkungan kampus. Secara fenomenologis, bag charm dimaknai sebagai "juru bicara visual" yang merepresentasikan karakteristik, hobi, dan status sosial penggunanya. Selain itu, ditemukan adanya proses interaksi simbolik di mana informan melakukan pengambilan peran (*role-taking*) dalam menyesuaikan gaya aksesori mereka dengan persepsi lingkungan sosialnya. Kesimpulannya, penggunaan bag charm bagi mahasiswa Gen Z bukan sekadar tren dekoratif, melainkan sebuah tindakan intensional untuk mengonstruksi identitas dan mengomunikasikan diri dalam ruang publik.

Kata Kunci : Konstruksi Makna, Bag Charm, Representasi Diri, Fenomenologi, Gen Z.

ABSTRACT

This research is titled "The Construction of Meaning in the Use of Bag Charms as Self-Representation (A Phenomenological Study of Gen Z Communication Science Students at Pasundan University)." The study aims to determine how the use of bag charms is constructed as a form of self-representation among Gen Z students majoring in Communication Science at Pasundan University. Bag charms, which initially functioned solely as functional accessories, have now shifted into a medium of non-verbal communication rich in symbolic meaning. The research method used is qualitative with Alfred Schutz's phenomenological approach. Data collection was conducted through participant observation, documentation, and in-depth interviews with informants who are active students at Pasundan University and owners of bag charms.

The results indicate that the informants' construction of meaning is divided into two main motives: Because-of-motive: Driven by a background of interest in popular culture (K-Pop), the influence of social media trends, and the sentimental value of gifts from loved ones. In-order-to-motive: An effort to build symbolic proximity with idols, demonstrate self-existence, and serve as identity navigation to appear unique within the campus environment. Phenomenologically, the bag charm is interpreted as a "visual spokesperson" that represents the characteristics, hobbies, and social status of the user. Furthermore, the study found a process of symbolic interaction where informants engage in role-taking to adjust their accessory style according to the perceptions of their social environment. Conclusion is The use of bag charms among Gen Z students is not merely a decorative trend but an intentional act to construct identity and communicate the self within public spaces.

Keywords: Construction of Meaning, Bag Charm, Self-Representation, Phenomenology, Gen Z.

RINGKESAN

Ieu panalungtikan téh judulna “Konstruksi Makna Pamakéan Bag Charm salaku Répréséntasi Diri (Studi Fénoménologi ka Mahasiswa Gén Z Élmu Komunikasi Universitas Pasundan).” Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho kumaha konstruksi makna pamakéan bag charm salaku wangun répréséntasi diri di kalangan mahasiswa Gén Z Élmu Komunikasi Universitas Pasundan. Bag charm anu mimitina ukur boga fungsi salaku aksésori fungsional, ayeuna geus ngésér jadi média komunikasi non-vérbal anu miboga harti simbolis anu jero. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kualitatif kalayan pamandangan (pendekatan) fénoménologi Alfred Schutz. Ngumpulkeun data dilakukeun ngaliwatan observasi partisipan, dokuméntasi, sarta wawancara jero ka informan anu mangrupa mahasiswa aktip Universitas Pasundan nu miboga bag charm.

Hasil panalungtikan némbongkeun yén konstruksi makna informan kabagi kana dua motif utama: Because-of-motive (motif sabab): Anu didasaran ku kasang tukang minat kana budaya populér (K-Pop), pangaruh trén média sosial, sarta ajén sentimentál tina paméré jalma pangdeukeutna. In-order-to-motive (motif tujuan): Salaku upaya pikeun ngawangun kadeukeutan simbolis jeung idola, némbongkeun éksisténsi diri, sarta salaku navigasi idéntitas sangkan katémbong unik di lingkungan kampus. Sacara fénoménologis, bag charm dimaknaan salaku “juru bicara visual” anu ngawakilan karakteristik, hobi, sarta status sosial nu makéna. Sajaba ti éta, kapanggih ayana prosés interaksi simbolik di mana informan ngalakukeun prosés nyokot peran (role-taking) dina nyaluyukeun gaya aksésori maranéhna jeung persépsi lingkungan sosialna. Kacindekan: Pamakéan bag charm pikeun mahasiswa Gén Z lain saukur trén dékoratif, tapi mangrupa hiji tindakan inténsional pikeun ngonstruksi idéntitas sarta ngomunikasikeun diri dina roang publik.

Kecap Konci: Konstruksi Makna, Bag Charm, Répréséntasi Diri, Fénoménologi, Gén Z.