

## ABSTRAK

Perilaku penemuan informasi *fashion* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menemukan informasi tentang *fashion* yang ingin diketahui. Aktivitas penemuan informasi tersebut selain untuk memenuhi kebutuhan informasi juga dengan tujuan untuk menambah pengetahuan mahasiswa tentang *fashion*. Dalam aktivitas penemuan informasi mahasiswa bisa mendapatkan informasi di internet seperti media sosial, *website*, *market place* maupun di televisi. Namun dalam proses penemuan informasi masih cukup banyak mahasiswa yang mengalami hambatan dan kendala mulai dari pengaksesan sampai dengan pembelian barang. Berbicara tentang *fashion* erat kaitannya dengan gaya hidup, dimana *fashion* bisa menjadi identitas, ciri, atau gambaran atas ekspresi individu tersebut. Disamping itu, gaya hidup seseorang akan berpengaruh pada perilaku dan disadari atau tidak akan membuat seseorang memiliki sifat hedonis atau sering disebut konsumtif. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori *Everyday Life Information Seeking Behaviour* oleh Reijo Savolainen (1995). Lokasi penelitian yaitu dilakukan di empat Universitas di Surabaya, yaitu di Universitas Airlangga, PERBANAS, Universitas Surabaya, dan Universitas Negeri Surabaya. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan mahasiswa dalam penemuan informasi *fashion* yang paling sering dicari yaitu pakaian sebanyak 70% dengan rata-rata durasi 1-2 jam pada malam hari. Disamping itu kebiasaan dalam memenuhi kebutuhan informasi yang diinginkan yaitu mengakses sosok idola dan juga melihat foto/video di media sosial 82%. Yang kedua yaitu preferensi sumber informasi mahasiswa *shopaholic* dalam penemuan informasi mayoritas mahasiswa menggunakan *smartphone*, untuk mengakses media sosial instagram. Dan mayoritas sumber informasi yang digunakan untuk melakukan penemuan informasi ialah sumber informasi yang dipilih sendiri 75%. Yang ketiga terkait penyelesaian masalah dalam penemuan informasi. Dimana mahasiswa *shopaholic* yang mengalami kendala dalam penemuan informasi terdapat 63%, mayoritas bentuk kendala yang pernah dialami yaitu terkait informasi barang/produk sebanyak 58%. Hasil penelusuran informasi *fashion* yang dilakukan mayoritas terpenuhi dengan melakukan kegiatan pencarian ulang dengan menggunakan sumber informasi yang gratis dan relevan.

**Kata kunci :** Perilaku penemuan informasi, mahasiswa, fashion, gaya hidup

## ABSTRACT

Information about fashion is an activity that is intended to find information about fashion that you want to know. Information discovery activities are not only to fulfill the information needs but also to increase students' knowledge about fashion. In information discovery activities students can obtain information on the internet such as social media, websites, markets, and on television. But in the process of finding information there are still quite a lot of students who experience obstacles and constraints ranging from accessing to purchasing something. Regarding fashion, it is very pleasing to lifestyle, where fashion can be the identity, features, or differences of the individual's expression. Besides that, a person's lifestyle will draw attention to the situation and realize it or not will make a person have a hedonic nature or often called consumptive. This research uses descriptive quantitative. This study uses the Everyday Life Information Seeking Behavior theory by Reijo Savolainen (1995). The research location was conducted at the University in Surabaya, namely at Airlangga University, PERBANAS, Surabaya University, and Surabaya State University. The sampling method uses purposive sampling with a total of 100 respondents. The results of the study show the facts about students who find fashion information most often sought is clothing as much as 70% with an average duration of 1-2 hours at night. Besides that, the habit of meeting the desired information needs is accessing an idol figure and also viewing photos/videos on social media 82%. The second is shopaholic student information source preferences in finding information needed by students using smartphones to access Instagram social media. And information sources used to find information are 75% handpicked information sources. Related to problems in information discovery. Where shopaholic students who spent the information found 63%, related to the information obtained related to product/product information as much as 58%. The mode search information that was carried out was fulfilled by carrying out the activity of searching again by using the free and relevant source of information.

**Keywords:** Information discovery behavior, students, fashion, lifestyle