

## FASHION SEBAGAI PENCITRAAN DIRI DAN IDENTITAS BUDAYA

Rahmadya Putra Nugraha

### Abstrak

*Fashion* menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda-benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. *Fashion* tidak hanya menyangkut soal busana dan aksesoris semacam perhiasan seperti kalung dan gelang, akan tetapi benda-benda fungsional lain yang dipadukan dengan unsur-unsur desain yang canggih dan unik menjadi alat yang dapat menunjukkan dan mendongkrak penampilan si pemakai.

Di dalam sebuah *fashion*, ada nilai-nilai yang ingin dipromosikan atau dikomunikasikan melalui apa yang ditampilkan. *Fashion* merupakan sebuah bentuk dari ekspresi individualistik. *Fashion* dan pakaian adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya sendiri sebagai individu dan menyatakan beberapa keunikannya. Penggunaan warna merupakan salah satu cara berekspresi.

*Fashion* merupakan fenomena komunikatif dan kultural yang digunakan oleh suatu kelompok untuk mengonstruksikan dan mengomunikasikan identitasnya, karena *Fashion* mempunyai cara nonverbal untuk memproduksi serta mempertukarkan makna dan nilai-nilai. *fashion* sebagai aspek komunikatif tidak hanya sebagai sebuah karya seni akan tetapi *fashion* juga dipergunakan sebagai simbol dan cerminan budaya yang dibawa. Tulisan ini, merupakan sebuah analisa mengenai bagaimana *fashion* mengkonstruksikan nilai-nilai budaya dan bagaimana *fashion* mengidentifikasi budaya yang dianut melalui bagaimana cara mereka menggunakan *fashion* sebagai sebuah identitas.

Kata Kunci: *Fashion, Pencitraan, Identitas Budaya*

## **Fashion Sebagai Komunikasi**

Berbicara tentang *fashion* atau pakaian sesungguhnya berbicara tentang sesuatu yang sangat erat dengan diri kita. Tak heran, kalau dalam kata-kata Thomas Carlyle, pakaian menjadi “perlambang jiwa” (*emblems of the soul*). Pakaian bisa menunjukkan siapa pemakainya. Dalam kata-kata tersohor dari Umberto Eco, “*I speak through my cloth*”. (Aku berbicara lewat pakaianku). Pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan tentang busana kita. Bahkan jika kita bukan tipe orang yang terlalu peduli soal busana, orang yang bersua dan berinteraksi dengan kita tetap akan menafsirkan penampilan kita seolah-olah kita sengaja membuat suatu pesan. Pernyataan ini membawa kita pada fungsi komunikasi dari pakaian yang kita kenakan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam suasana formal maupun informal.<sup>1</sup>

Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian, dan penataan pelbagai artefak, misalnya, pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju, atau furnitur di rumah dan penataannya, ataupun dekorasi ruangan. Karena fashion atau pakaian menyampaikan pesan-pesan nonverbal, ia termasuk komunikasi nonverbal.<sup>2</sup>

Pakaian yang kita pakai bisa menampilkan pelbagai fungsi. Sebagai bentuk komunikasi, pakaian bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal. Pakaian bisa melindungi kita dari cuaca buruk atau dalam olahraga tertentu dari kemungkinan cedera. Pakaian juga membantu kita menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh kita dan karenanya pakaian memiliki suatu fungsi kesopanan (*modesty function*). Menurut Desmond Morris, dalam *Manwatching: A Field Guide to Human Behavior* (1977), pakaian juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural display*) karena ia mengomunikasikan afiliasi budaya kita. Mengenali negara atau daerah asal-usul seseorang dari pakaian yang mereka kenakan.

---

<sup>1</sup> Malcolm Barnard. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Jalasutra: Yogyakarta. 2011. Hal Vi.

<sup>2</sup> Ibid. Hal Vii

Pakaian bisa menunjukkan identitas nasional dan kultural pemakainya.<sup>3</sup>

Orang membuat kesimpulan tentang siapa anda sebagian juga lewat apa yang anda pakai. Apakah kesimpulan tersebut terbukti akurat atau tidak, tak ayal ia akan memengaruhi pikiran orang tentang anda dan bagaimana mereka bersikap pada anda. Kelas sosial anda, keseriusan atau kesantiaian anda, sikap anda, afiliasi politik anda, keglamoran atau keeleganan anda, *sense of style* anda dan bahkan mungkin kreatifitas anda akan dinilai sebageian dari cara anda berbusana.

### **Etimologi & Pengertian *Fashion* dan Pakaian**

Etimologi berkaitan dengan asal usul dan perkembangan makna kata. Untuk perkenalan dengan etimologi makna kata "*Fashion*", *Oxford English Dictionary* (OED), Etimologi kata ini terkait dengan bahasa latin, *Factio*, yang artinya membuat". Karena itu, arti asli *fashion* adalah sesuatu kegiatan yang di lakukan seseorang, tidak seperti dewasa ini yang memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. Arti asli fashion pun mengacu pada pengungkapan bahwa butir-butir *Fashion* dan pakaian adalah komoditas yang paling di *fetish*-kan (*fetish* adalah jimat :KBBI edisi 3), yang diproduksi dan dikonsumsi masyarakat kapitalis, OED menyusun daftar Sembilan arti berbeda dari kata *fashion*. Salah satunya, *fashion* bisa saja di definisikan sebagai sesuatu seperti bentuk dan jenis tata cara atau cara bertindak tertentu. Polhemus dan Procter menunjukan bahwa "dalam masyarakat kontemporer barat, istilah fashion kerap di gunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana".

Penelusuran pada OED, dalam kata busana sebagai kata kerja dirumuskan dalam arti, membusanai diri sendiri dengan "perhatian" pada efeknya. Artinya lebih dari sekedar membusanai diri, tapi juga berdandan dan termasuk juga mengenakan perhiasan. Jadi bisa di katakan meski semua pakaian itu busana tapi tidak semua dandanan

---

<sup>3</sup> Idy Subandy Ibrahim. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Jalasutra: Yogyakarta. 2007. Hal 243.

itu *fashionable*. Begitu pula halnya meski semua busana atau dandanan akan menghadirkan gaya tertentu, tapi tak semua gaya itu akan menjadi *fashion*. Malcolm Barnard mengatakan bahwa, "ketika suatu gaya berlalu maka bisa dikatakan ketinggalan jaman alias tidak *fashion* lagi".

Menurut Simmel, dua kecenderungan sosial yang penting dalam membentuk *fashion*. Bila salah satu kecenderungan itu hilang maka *fashion* tak akan terbentuk. Kecenderungan yang pertama adalah kebutuhan untuk menyatu dan yang kedua adalah kebutuhan untuk terisolasi. Manusia rupanya perlu untuk menjadi sosial dan individual pada saat yang sama, dan *fashion* serta pakaian merupakan cara bagi hal itu di negosiasikan. Dan saat kebutuhan untuk membedakan dirinya atau kelompoknya dari yang lain lebih besar maka *fashion* akan berkembang lebih cepat. Kebalikannya, "bila masyarakat kurang lebih stabil maka *fashion* kurang memungkinkan untuk berubah."<sup>4</sup>

### **Makna *Fashion* Sebagai Citra**

Untuk memahami *Fashion* dan pakaian sebagai komunikasi tidak cukup hanya dengan memahami komunikasi sebagai sekedar pengiriman pesan. Dalam hal ini garmen, yang merupakan bagian dari *Fashion* atau pakaian, menjadi medium atau saluran yang dipergunakan seseorang untuk menyatakan sesuatu kepada orang lain dengan maksud mendorong terjadi perubahan pada orang itu. Garmen merupakan medium untuk mengirimkan pesan pada orang lain. Seseorang mengirimkan pesan tentang dirinya sendiri melalui *Fashion* dan pakaian yang dipakainya. Berdasarkan pengalaman sehari-hari, pakaian dipilih sesuai dengan apa yang akan dilakukan pada hari itu, bagaimana suasana hati seseorang, siapa yang akan ditemuinya dan seterusnya.

Pakaian sering dianggap sebagai sebuah topeng untuk memanipulasi tubuh, sebagai cara untuk membangun dan menciptakan citra diri. Pakaian membangun habitus pribadi, sebagai

---

<sup>4</sup> Op Cit. Hal 17.

sebuah perangkat penting untuk berkomunikasi dengan lingkungannya; pakaian dibentuk dan disesuaikan dengan kondisi tertentu. Peran penting seseorang pencipta atau desainer pakaian, mempengaruhi identitas pakaian, sekaligus citra tubuh penggunanya.<sup>5</sup>

*Fashion* dan pakaian pada tataran dasarnya adalah berfungsi sebagai penutup, perlindungan, kesopanan, dan daya tarik. Kini *fashion* sudah merupakan bagian dari *lifestyle* atau gaya hidup, karena dengan *fashion* terkini seseorang bisa menunjukkan kualitas gaya hidupnya. Pamor seseorang pun bisa ikut terdongkrak ketika ia menggunakan *Fashion* yang sedang tren, atau istilahnya sering disebut dengan *fashionable*. Istilah untuk orang-orang yang amat sangat menyukai *fashion* sebagai gaya hidup biasa disebut dengan *fashionister* atau *fashionista*.

Secara semiologis tanda denotatif dianggap sebuah penanda dan tanda konotatif dianggap sebagai sebuah petanda. Pada tataran makna denotasi atau makna secara harfiah, *fashion* dipahami melalui apa yang ditampilkan oleh citra yang secara faktual tampak, bahan apa yang digunakan, waktu dan tempat pembuatannya, pemakaiannya, dan sebagainya. Mereka dapat berbeda dari jenis kelamin, gender, usia, kelas sosial, pekerjaan, dan ras. Perbedaan itu dapat menghasilkan dan mendorong perbedaan konotasi bagi kata atau citra.

Di dalam sebuah *fashion*, selain ada nilai-nilai yang ingin dipromosikan atau dikomunikasikan melalui apa yang ditampilkan. *Fashion* merupakan sebuah bentuk dari ekspresi individualistik. *Fashion* dan pakaian adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya sendiri sebagai individu dan menyatakan beberapa keunikannya. Penggunaan warna merupakan salah satu cara berekspresi.

---

<sup>5</sup> Jennifer Claik. *The Face Of Fashion: Cultural Studies In Fashion*. Routledge: New York. 1993. Hal 1

Kini tren *fashion* menyusup ke dalam ideologi konsumen, menanamkan cara pandang untuk melihat *fashion* sebagai gaya hidup dan merk adalah salah satu bagian dari *fashion*, maka merk dianggap adalah gaya hidup masa kini. *Fashion* adalah sebuah fenomena komunikatif dan kultural yang digunakan oleh suatu kelompok untuk mengonstruksi dan mengomunikasikan identitasnya, karena *fashion* mempunyai cara nonverbal untuk memproduksi serta mempertukarkan makna dan nilai-nilai. *Fashion* sebagai aspek komunikatif dan fungsional tidak hanya sekedar sebagai sebuah karya seni akan tetapi *fashion* juga dipergunakan sebagai simbol untuk membaca status seseorang dan cerminan budaya yang dibawa.

### ***Fashion* dan Identitas Budaya**

- ***Fashion* dan Modernitas**

*Fashion* menawarkan model-model dan bahan untuk membangun identitas. Masyarakat tradisional memiliki peran sosial dan kode-kode aturan yang relatif baku, sehingga pakaian dan penampilan seseorang secara langsung menunjukkan kelas sosial, profesi, dan statusnya. Identitas dalam masyarakat tradisional biasanya ditentukan oleh kelahiran, pernikahan, serta keahlian, dan daftar peran yang ada dibatasi seketat mungkin.<sup>6</sup>

Pada abad Pertengahan, identitas di Eropa Barat sangat dibatasi, bahkan terdapat aturan tertulis yang mendikte apa yang boleh atau tidak boleh dipakai oleh orang dari kelas yang berbeda. Masyarakat modern menghapus kode-kode pakaian dan *fashion* yang kaku, dan sejak tahun 1700-an perubahan *fashion* pakaian dan penampilan mulai berkembang. Meski pasar kapitalis mendikte bahwa hanya kelas-kelas tertentu saja yang mampu membeli pakaian mahal, yang menandakan kekuasaan dan *previlise* sosial, pasca-Revolusi Perancis, *fashion* didemokritisasi di negara-negara yang mengalami revolusi demokrasi, sehingga siapapun yang membeli pakaian dan make-up tertentu dapat mengenakan dan menunjukkan

---

<sup>6</sup> Douglas Kellner. *Budaya Media*. Jelasutra: Yogyakarta. 2010. Hal 360.

apa yang mereka mau.<sup>7</sup> Pada abad ke-18, filsuf David Hume merumuskan masalah identitas pribadi, tentang apa yang menjadikan diri sejati seseorang, bahkan menyatakan bahwa tidak ada jati diri yang substansial maupun transendental. Isu tersebut menjadi obsesi bagi Rousseau, Kierkegaard, dan banyak orang Eropa lain yang mengalami perubahan cepat, kehancuran tatanan masyarakat tradisional, dan kemunculan modernitas.<sup>8</sup>

Dalam modernitas, *fashion* adalah konstituen penting identitas seseorang, yang membantu menentukan bagaimana dia dikenali dan diterima (Wilson 1985; Ewen 1988). *Fashion* menawarkan pilihan pakaian, gaya, dan citra yang dengannya seseorang dapat menciptakan identitas individual. Di satu sisi, *fashion* adalah fitur konstituen modernitas, yang ditafsirkan sebagai era sejarah yang ditandai oleh inovasi terus menerus, penghancuran yang tanda penciptaan yang baru (Berman: 1982). *Fashion* sendiri dianggap sebagai sumber penciptaan citarasa, gaya, pakaian, dan perilaku baru.

Tentu saja, *Fashion* dalam masyarakat modern dibatasi oleh kode-kode gender, realitas ekonomi, dan kekuatan konformitas sosial yang terus mendikte apa yang boleh dan tidak boleh dipakai, apa yang mungkin dan tidak mungkin.

Selama periode tahun 1960an budaya media menjadi sumber *fashion* budaya yang ampuh, dengan memberikan model-model dan tampilan, perilaku, gaya. Bintang rock tahun 1960-an dan 1970-an yang berambut panjang dan berpakaian tak umum, mempengaruhi perubahan gaya rambut, pakaian, dan perilaku, meski perilaku pemberontakan sosial seperti Bob Dylan memproklamkan bahwa "Waktunya Merdeka Berubah" (The Times They Are A'Changing"). Grup band seperti The Beatles, The Rolling Stones, dan para *performer* seperti Janis Joplin atau Jimi Hendrix mendukung pemberontakan kontra-budaya dan apriori gaya baru dalam berpakaian, berperilaku, dan bersikap. Pengasosiasian budaya rock

---

<sup>7</sup> Ibid. Hal 360

<sup>8</sup> Ibid. Hal 361

dengan rambut panjang, pemberontakan sosial, dan penolakan fashion berlanjut hingga 1970-an, dengan gelombang kesuksesan *rock heavy metal*, *punk*, dan *new wave* yang meraih popularitas mereka.

Program televisi, film, dan musik pop lebih konservatif memberikan model arus utama bagi remaja. Dalam dua dekade terakhir =, orang dari budaya konservatif bereaksi keras terhadap radikalisme dan *fashion* 1960-an, dan budaya remaja serta *fashion* telah menjadi medan perang antara tradisional-konservatif dan kaum radikal budaya yang berusaha menjungkirbalikkan peran gender tradisional, kode-kode *fashion*, serta nilai dan perilaku. Karena itu, identitas sosial dan *fashion* sendiri merupakan bagian dari proses perjuangan dan konflik sosial antara ideologi dan model yang saling beroposisi. Kaum konservatif memiliki model dan gaya *fashion* sendiri, demikian juga dengan pemberontak subkultural. Perjuangan politik juga mewarnai perang fashion, sebagaimana pemilu dan debat politik.

- ***Fashion dan Budaya***

Dalam *Keywords*, Raymond Williams menunjukkan bahwa “budaya merupakan salah satu dari dua atau tiga kata yang sangat rumit dalam bahasa Inggris “ (Williams, 1976:76). Dalam *Culture*, dia membedakan tiga arti dari kata ini. Pertama, saat orang menyatakan “orang berbudaya” yang mangacu pada pemikiran yang berkembang. Kedua, dalam artian saat orang berbicara budaya yang artinya kegiatan atau minat kultural. Dan ketiga, mangacu pada sarana dari proses-proses, dalam artian ini, orang menunjuk seni dan karya intelektual (Williams, 1981: 11). Daftar dari kata ini yang ada dalam *Keywords* agak berbeda dengan yang ditemukan dalam *Culture*, dan tak perlu saling tumpang-tindih menghadapinya, karena memang seperti dinyatakan oleh Williams ini merupakan kata yang rumit.

Metafora budaya manusia sebagai suatu proses yang di dalamnya terdapat pertumbuhan menuju kematangan mengikuti garis perkembangan yang tepat, suatu cara berfikir yang khas muncul pada akhir abad ke-19. Budaya Eropa akhir abad ke-19



memiliki satu model atau konsepsi tentang budaya, sehingga bisa mempermasalahkan budaya-budaya lain sebagai budaya yang tidak matang atau menyimpang

Adanya gambaran mengenai konsepsi yang mesti diperhatikan. Konsepsi ini mengikuti konsepsi budaya dari kaum pluralis. "*Budaya merupakan suatu deskripsi atas suatu cara hidup tertentu, yang mendeskripsikan nilai-nilai dan makna-makna tertentu, bukan hanya dalam seni dan belajar melainkan juga dalam institusi dan perilaku biasa.*"

Seperti yang dikemukakan di atas, istilah "budaya" bersifat mendeskripsikan "suatu cara hidup tertentu, yang mendeskripsikan makna dan nilai-nilai tertentu (Williams, 1961: 57). Namun, istilah ini mengabaikan satu unsur penting dalam konsepsi budaya. Begitulah halnya dengan *fashion*, yang bukan sekedar untuk mengekspresikan pesan, tetapi juga menjadi dasar relasi sosial, sehingga kultur dan praktik-praktik dan produk-produk tersebut tidaklah "diturunkan", dari tatanan sosial yang sudah ada disana. Melainkan praktek-praktek dan produk-produk tersebut merupakan "unsur-unsur utama dalam pembentukannya" (Williams, 1981: 12-13). Ini bukanlah soal adanya kelompok-kelompok sosial yang sudah ada sebelumnya dalam posisi kekuasaan relatif yang kemudian menggunakan praktek-praktek dan produksi kultural untuk merefleksikan posisi tersebut.

Dalam pandangan tersebut, budaya adalah "sistem sosial dikomunikasikan, direproduksi, dialami, dan dieksplorasi" (Williams, 1981: 13). *Fashion*, busana, dan dandanan kini dipandang sebagai hal yang kurang lebih merupakan praktek penandaan hidup keseharian (sama halnya dengan seni, filsafat, jurnalisme, dan iklan), yang menyusun kultur sebagai sistem penandaan umum. *Fashion* dan pakaian itu merupakan cara yang sama, yang selanjutnya di dalamnya dialami, dieksplorasi, dikomunikasikan, dan direproduksi tatanan sosial. *Fashion*, pakaian, dan busana merupakan praktek penandaan, di dalamnya terjadi pembangkitan makna, yang memproduksi dan mereproduksi kelompok-kelompok budaya tersebut sejalan dengan posisinya di dalam kekuasaan yang relatif.

Jadi, *fashion* dan pakaian sebagai komunikasi, merupakan fenomena kultural yang di dalam budaya tersebut bisa dipahami sebagai satu sistem penandaan, sebagai cara bagi keyakinan, nilai-nilai dan ide-ide dan pengalaman dikomunikasikan melalui praktek-praktek, artefak-artefak, dan institusi-institusi. Dalam hal ini fashion, pakaian, dan busana merupakan cara yang digunakan manusia untuk berkomunikasi, bukan hanya sesuatu seperti perasaan dan suasana hati, tetapi juga nilai-nilai, harapan-harapan, dan keyakinan-keyakinan kelompok-kelompok sosial yang diikuti dan direproduksi masyarakat; bukan pertama-tama orang menjadi anggota kelompok lalu mengomunikasikan keanggotaannya melainkan keanggotaan itu dinegoisasikan dan dibangun melalui komunikasi.

### **Referensi**

Douglas Kellner. *Budaya Media*. Jalsutra: Yogyakarta. 2010.

Idy Subandy Ibrahim. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Jalsutra: Yogyakarta. 2007.

Jennifer Claik. *The Face Of Fashion: Cultural Studies In Fashion*. Routledge: New York. 1993.

Malcolm Barnard. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Jalsutra: Yogyakarta. 2011.