

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fashion menjadi satu kesatuan yang tidak bisa dilepaskan dari bagian hidup manusia. *Fashion* sebagai elemen penting dalam budaya masyarakat, dipandang sebagai simbol kepemilikan status sosial tertentu (Ovsiankina & Kuprii, 2021 : 36). Industri *fashion* terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan gaya kehidupan. Fokus industri ini tidak hanya menghasilkan pakaian beserta aksesorisnya untuk melindungi atau menutupi tubuh, tetapi juga pada penciptaan kesan, status sosial, dan identitas bagi orang yang memakainya (Ainussalma, 2020: 1). *Fashion* sendiri merupakan gaya dan perpaduan gaya yang disukai oleh setiap orang, sebagai sebuah identitas dan bisa diartikan juga sebagai budaya berpakaian. Secara etimologi, kata *fashion* berasal dari bahasa latin “*factio*” yang memiliki arti “melakukan”. Kata tersebut menjadi kata serapan dalam kata bahasa Inggris “*fashion*” yang diartikan sebagai gaya yang populer dalam suatu budaya yang menunjang penampilan seseorang. *Fashion* juga diartikan sebagai suatu gaya hidup seseorang yang tercermin dari cara mereka memakai sepatu, aksesoris, tas, *styling* rambut, riasan, dan pakaian ataupun busana yang digunakan (Sakinah et al., 2022 : 32-33).

Menurut Setiawan (dalam Sinuhaji, 2021: 1), *fashion* berkaitan juga dengan kosmetik, aksesoris, gaya rambut dan lainnya yang bisa mendukung penampilan seseorang dan tidak selalu berkaitan dengan gaya berbusana saja. Busana menjadi salah satu bentuk *fashion* yang paling cepat berkembang, karena busana menjadi

item yang lebih sering mengalami perubahan model dengan cepat serta menjadi produk yang memiliki daya beli tinggi. Perkembangan mode busana berjalan seiring dengan kemajuan peradaban manusia yang terikat pada makhluk budaya dan terus berkembang. Semakin tinggi tingkat budaya manusia, maka pemikiran manusia juga akan mengalami peningkatan. Kebudayaan sebenarnya adalah dinamis yang cenderung semakin berlimpah dan beragam seiring berjalannya waktu, seiring dengan berkembangnya kreativitas dan keterampilannya (Ginting, 2021:1).

Sejarah perkembangan mode busana atau *fashion* dapat dilihat dari bentuk atau objek perubahan manusia dari masa ke masa, seperti saat dimulainya peradaban awal di Mesir. Pada waktu itu, mode busana masyarakat berbahan dasar tenun lena dan kain dengan bentuk motif tertentu yang dibuat dengan teknik tapestri di abad ke-15 SM. Sedangkan di Peru, mode busana masyarakat berbahan dasar katun dan wol bulu ilama (Zainal, dalam Ginting, 2021:4). Mengikuti kreativitas dan keterampilan manusia, busana yang dulunya berbahan dasar katun ataupun wol, kini berkembang menjadi busana dengan bahan tekstil.

Di Indonesia mode busana masyarakat tepatnya setelah perang dunia kedua, industri tekstil kembali menggeliat mengeluarkan produk-produk pakaian yang didominasi oleh bahan sintetis seperti nilon, dacron, orlon dan lainnya. Masyarakat menengah ke atas juga sudah berkenalan dengan *fashion* dan model. *Fashion* pada

masa itu dipengaruhi oleh gaya Eropa dan Asia yang identik dengan *style urban* berpadu dengan *pop culture*¹.

Fashion dan budaya berbusana telah eksis sejak zaman dahulu dan akan terus berkembang atau mengalami perubahan sejalan dengan perkembangan masa. Perubahan tersebut dipengaruhi juga dengan adanya globalisasi yang mempengaruhi perkembangan budaya. Pada era globalisasi, budaya tidak hanya dikenal melalui adat atau hal-hal yang bersifat turun temurun. Melalui kecanggihan teknologi dan pergerakan informasi yang meresap dengan mudahnya, budaya dapat dikatakan semakin terkonstruksi melalui media-media yang membentuk suatu kebudayaan baru dalam wujud nilai, budaya, gaya hidup, maupun tren *fashion* yang tersebar dari seluruh penjuru dunia. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan bahwa globalisasi dipengaruhi oleh perkembangan sistem komunikasi yang dimulai akhir tahun 1960-an. Globalisasi tidak hanya berbicara tentang peristiwa yang terjadi di luar manusia, melainkan juga memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan pribadi manusia (Martono, 2012 : 98).

Fashion sekarang dianggap menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat urban. Dilihat dari cara berpakaian, model pakaian dan menampilkan apa yang mereka sukai seperti di media sosial agar mereka diterima dan disukai oleh banyak orang². Gaya berbusana atau *fashion* seseorang akan selalu mengikuti

¹ “Perkembangan Fashion di Indonesia”. *italianfashionschool.id*, 18 Juni 2022, <https://italianfashionschool.id/perkembangan-fashion-di-indonesia/> (diakses pada 06 September 2023).

² Devi Yudiantini, “Tren Fashion Jadi Gaya Hidup Masyarakat Urban”. *Kompasiana.com*, 5 Desember 2020, <https://www.kompasiana.com/deviyudiantini1900/5fcb1c07d541df0810071202/tren-fashion-jadi-gaya-hidup-masyarakat-urban> (diakses pada 06 September 2023).

perubahan tren agar memastikan bahwa individu tersebut selalu mengikuti perkembangan terkini dalam dunia *fashion* (Sukendro dalam Shadrina et al., 2021 : 50). *Fashion* juga berperan sebagai sarana komunikasi, sebagai petunjuk status sosial, dan berperan sebagai bentuk identitas diri. *Fashion* juga dapat membantu mengekspresikan diri, meningkatkan kepercayaan diri, menjadi sumber daya tarik dan kebahagiaan (Sakinah et al., 2022 : 33).

Berbicara tentang *fashion*, memang tidak akan ada habisnya terlihat dalam gaya *fashion* sekarang ini masih terpengaruh dengan mode *fashion* sebelumnya. Tema *old fashion* dalam mode berbusana masih memiliki banyak peminat, seperti *fashion* yang pernah populer di abad ke-20 atau *fashion* tahun 90-an yang sampai sekarang masih diminati dan menjadi inspirasi gaya pakaian masyarakat. Model pakaian dan ciri khas dari *fashion* ini masih menginspirasi gaya pakaian masyarakat yang hidup di zaman *modern* ini, seperti kalangan anak muda yang menunjukkan ketertarikan dengan mode dan gaya pakaian yang pernah populer di tahun 90-an³.

Istilah *fashion* dari rentang waktu 1990-1999 seringkali disebut dengan istilah 90's. *Fashion* 90's merupakan adaptasi dari *fashion* yang pernah populer sebelum tahun 1990-an yaitu tahun 1960-an dan 1970-an. Gaya pakaian minimalis mendominasi jenis *fashion* di tahun 1960-an. Bentuk pakaian minimalis yang dikenakan adalah celana *jeans* dan kaos oblong. Ciri khas lainnya adalah pakaian dengan motif garis-garis dan titik-titik yang menjadi populer di masyarakat era

³ Andrean Ahmad, "Tren Nostalgia ala Remaja 90-an Kembali Digandrungi Generasi Milenial dan Gen Z". *Kumparan.com*, 13 Desember 2023, <https://kumparan.com/andreas-ahmad/tren-nostalgia-ala-remaja-90-an-kembali-digandrungi-generasi-milenial-dan-gen-z-21hqTz57SVV/3> (diakses pada 29 Februari 2024).

1960-an⁴. Berikutnya, *fashion* tahun 1970-an yang juga terpengaruh oleh tren musik yang muncul pada saat itu. Musik *punk* dan *disco* mempengaruhi bentuk pakaian seperti celana *cutbray*, celana pendek *hot pants*, *ponchos*, gaun *maxi*, dan rok midi, pakaian dengan nuansa hitam atau gelap, kemeja corak, *vest* berbahan dasar rajut, dan celana gembrong juga populer pada masa ini (Sinuhaji, 2021: 27).

Tahun 1990-an menjadi periode transisi dimana musik dan *fashion* berubah menjadi pilihan warna-warna yang bisa dipilih dengan bebas. Gaya hidup era 90-an merepresentasikan pada kebebasan berekspresi yang disampaikan melalui cara berpakaian. Budaya pop pada saat itu sangat mempengaruhi perilaku atau sikap masyarakat era 90-an dilihat dari beberapa contoh *fashion* yang populer pada tahun 90-an, seperti gaya yang berkaitan dengan musik *grunge*, *punk*, *rock*, dan gaya *streetwear*. Hal tersebut menandakan citra gaya hidup anak muda yang melawan arus atau semangat perlawanan menolak norma sosial yang ditetapkan, seperti dalam hal berpakaian⁵. Item *fashion* yang populer di tahun 90-an menjadi ikon terhadap gaya hidup yang anti *mainstream*, dan beradaptasi juga dari *fashion* sebelum tahun 90-an.

Memasuki awal tahun 2000-an, *fashion* 90's mulai redup karena digantikan dengan *fashion* atau mode pakaian yang lebih *modern*. Akan tetapi, *fashion* 90's kembali digemari terlihat pada pencarian konten mengenai gaya hidup tahun 90-an, meningkat sangat signifikan berdasarkan hasil riset *google trends* pada tahun 2022.

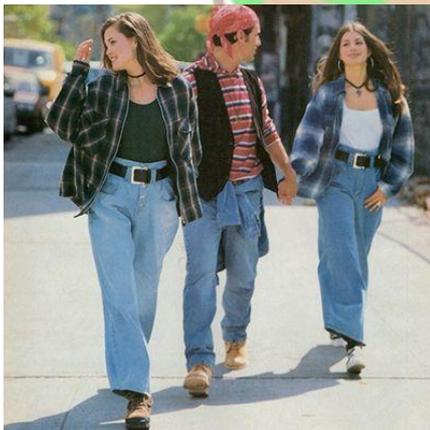
⁴ “Perkembangan Fashion di Indonesia”. *italianfashionschool.id*, 18 Juni 2022, <https://italianfashionschool.id/perkembangan-fashion-di-indonesia/> (diakses pada 06 September 2023).

⁵ Muhammad Dahron, “Gaya Hidup 90an, Apakah Masih Relevan”. *Kompas.com*, 31 Agustus 2024, <https://katanetizen.kompas.com/read/2024/08/31/213754485/gaya-hidup-90an-apakah-masih-relevan?page=all> (diakses pada 19 September 2024).

Menurut data dari *google trends* yang dirilis CNBC pada 7 Februari 2022, jumlah pencarian tren dan budaya tahun 1990-an meningkat dari tahun 2018. Topik mengenai *fashion 90's* juga meningkat hingga 800% dalam lima tahun terakhir⁶.

Fashion 90's yang banyak digunakan saat ini seperti *overall* (baju kodok), *denim*, kemeja *flanel*, *baggy jeans*, *sneaker*, serta kaos *oversized* (Putri, 2021: 1). Kemudian, beberapa *fashion 90's* lainnya yang mempunyai daya tahan yang kuat dan terus muncul seperti celana kulot, *cargo pants* (celana kargo), *flare pants* (celana *cutbray*), kemeja bermotif mencolok atau abstrak, dan *striped sweater* (sweter motif bergaris)⁷.

Gambar 1.
Kemeja Flanel dan Denim High Weist



Sumber : *Fashionlokal.wordpress.com*
2019.

Gambar 2.
Overall (Baju Kodok)



Sumber: *Classyminty.wordpress.com*
2023.

⁶ Andrian Ahmad, "Tren Nostalgia ala Remaja 90-an Kembali Digandrungi Generasi Milenial dan Gen Z". *Kumparan.com*, 13 Desember 2023, <https://kumparan.com/andrian-ahmad/tren-nostalgia-ala-remaja-90-an-kembali-digandrungi-generasi-milenial-dan-gen-z-21hqTz57SVV/3> (diakses pada 29 Februari 2024).

⁷ Amber Rambharose, "The Best '90s Trends That Are Here to Stay". *Instyle.com*, 2023 <https://www.instyle.com/90s-fashion-trends-7488565>. Complex, "The 90 Greatest '90s Fashion Trends". *Complex.com*, 2022. <https://www.complex.com/style/a/complex/the-90-greatest-90s-fashion-trends> (diakses pada 29 Desember 2023).

Gambar 3.
Baggy Jeans



Sumber: gq-magazine.co.uk 2023.

Gambar 4.
Kaos Oversized



Sumber: Classyminty.wordpress.com 2023.

Gambar 5.
Cargo Pants



Sumber: www.pacsun.com 2023.

Gambar 6.
Flare Pants



Sumber: www.instyle.com 2023.

Gambar 7.
Kemeja Motif Mencolok



Sumber: hipwee.com 2023.

Gambar 8.
Striped sweater



Sumber: aestheticssoul.com 2023.

Hal tersebut menandakan bahwa tren *fashion* 90's terinspirasi oleh nostalgia dan pengaruh budaya pop di masa lalu. Referensi-referensi mode pakaian 90-an ini bisa diakses melalui media sosial yang digunakan seperti instagram, TikTok, facebook, dan pinterest. Aplikasi tersebut menjadi inspirasi masyarakat, khususnya kalangan anak muda yang sering mengakses media sosial untuk sekedar melihat atau mencari tau apa yang sedang digemari atau apa yang sedang menjadi topik terkini.

Anak muda yang memiliki kecenderungan memakai *fashion* 90's rata-rata adalah kalangan mahasiswa. *Fashion* 90's kembali populer dan eksistensinya tidak cepat memudar karena siklus *fashion* era lama memiliki siklus yang berputar. Terbukti banyak orang kembali memakai busana dengan gaya *vintage* atau lama (Sakinah et al., 2022 : 34). *Fashion* dan busana yang dipakai oleh mahasiswa digunakan untuk menunjukkan suatu nilai sosial dan status seseorang, dapat juga menunjukkan karakteristik tertentu dan bisa mengkomunikasikan identitas seseorang melalui gaya pakaian yang digunakan (Syarafa et al., 2020: 3). Hal

tersebut menunjukkan bahwa *fashion* mempunyai unsur yang tidak terlihat (*intangible*) selain mempunyai bentuk atau wujud yang bisa dilihat atau dirasakan (*tangible*).

Berdasarkan hasil pengamatan awal, peneliti melihat *fashion 90's* juga diminati oleh mahasiswa di Universitas Andalas. Jika dilihat banyak mode atau jenis *fashion* terbaru yang ditemukan sebagai gaya berpakaian masyarakat urban sekarang, namun *fashion 90's* masih diminati oleh kalangan anak muda yang justru tidak pernah mengalami masa di tahun 90-an. Hal tersebut menandakan bahwa *fashion 90's* memiliki siklus yang berputar dan masih eksis di kalangan mahasiswa sekarang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui alasan mahasiswa memilih *fashion 90's* dan juga nilai-nilai budaya yang mempengaruhi perubahan *fashion* mahasiswa yang gemar memakai produk-produk *fashion* yang populer di tahun 90-an atau *fashion 90's*.

B. Rumusan Masalah

Perkembangan *fashion* dari masa ke masa di kalangan mahasiswa berubah setiap zamannya. *Trend fashion 90's* kini memang kembali eksis untuk mahasiswa yang ingin tampil *fashionable*. Meskipun demikian, *fashion* memiliki *style* dengan gaya desain yang cenderung digemari, populer, diakui, dan dipakai oleh sebagian besar banyak orang disatu waktu tertentu dengan memberi kenyamanan dan meningkatkan penampilan (Putri, 2021:2). *Fashion 90's* mungkin mempunyai keunikan tersendiri bagi pemakainya, serta menjadi kebiasaan baru dalam berpenampilan bagi kalangan mahasiswa atau anak muda untuk berpakaian kembali ke tahun 90-an. Budaya berpakaian 90's ini menjadi sebuah gaya hidup para anak

muda terutama mahasiswa, yang secara tidak sadar akan mengikuti arus perkembangan *fashion* dan mobilitas dalam ruang publik yang sangat memberikan pengaruh cukup besar dengan apa yang mahasiswa kenakan sebagai pakaian atau busana.

Fenomena tersebut tidak dapat dipisahkan dari adanya media sosial yang hadir di kalangan masyarakat urban. Banyak mahasiswa yang mungkin mengikuti pengaruh adanya globalisasi. Banyak juga mahasiswa yang mungkin terpengaruh dari *public figure* yang mereka ikuti. Pada zaman sekarang atau *modern* ini, begitu banyak mode *fashion* terbaru seperti ala *korean look* yang akhir-akhir ini banyak juga diminati oleh sebagian mahasiswa, karena terinspirasi dari budaya populer Korea. Banyak *fashion modern* sebagai referensi mahasiswa untuk berpakaian, namun mahasiswa masih memilih atau memakai *fashion* tahun 90-an atau *fashion* 90's. Atas dasar itu, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa alasan mahasiswa menggemari *fashion* 90's?
2. Nilai-nilai budaya apa yang mempengaruhi kembalinya *fashion* 90's di kalangan mahasiswa Universitas Andalas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan tersebut, maka ada dua tujuan yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan alasan mahasiswa memilih *fashion* seperti *fashion* 90's.
2. Untuk mendeskripsikan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi kembalinya *fashion* 90's di kalangan mahasiswa Universitas Andalas.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Harapannya dengan melakukan penelitian ini, akan menambah pemahaman mengenai popularitas kembalinya *fashion 90's* dikalangan mahasiswa, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.
- b. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi tambahan kepada penelitian sebelumnya yang serupa.
- c. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan bagi penelitian berikutnya dalam tema yang sama.
- d. Agar dapat menjadi sumber rujukan bagi masyarakat dalam memahami perubahan dalam dunia *fashion*.

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan produsen pakaian dapat memanfaatkan informasi yang ditemukan untuk merancang strategi yang tepat dalam mengembangkan produk *fashion 90's*, dengan memperhatikan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi tren tersebut.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah rangkuman singkat dari beberapa literatur yang relevan dengan penelitian, bertujuan untuk mendukung dan menegaskan topik penelitian yang akan dilaksanakan. Kajian mengenai *trend fashion* membuat beberapa peneliti tertarik untuk mengkajinya melalui berbagai aspek. Ada beberapa penelitian yang relevan dengan pembahasan yang hendak diteliti.

Pertama, skripsi Alysa Chairunnisa Sinuhaji (2021) dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, dengan judul “*Vintage Dan Identitas (Trend Penggunaan Busana Vintage Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)*”. Fokus penelitian skripsi ini membahas tentang *trend fashion* busana *vintage* yang kembali muncul dikalangan generasi muda. *Vintage* adalah istilah yang mengacu pada gaya busana elegan dari tahun 1900-an sampai 1980-an. Pada tahun 1988, trend busana *vintage* mulai muncul, dan pada tahun 1990-an popularitasnya mulai meningkat dengan jenis pakaian kemeja *flanel*, bandana dan *denim high weist* yang populer di tahun 1990-an. Perkembangan busana *vintage* di Indonesia sendiri terjadi antara tahun 1950-an hingga tahun 1990-an. *Vintage* digunakan untuk menyajikan gaya busana yang elegan dan klasik, sehingga pakaian *vintage* dianggap memiliki kemampuan untuk membuat penafsiran bagi penggunanya melalui corak yang ada pada pakaian *vintage*.

Penelitian ini membahas pakaian *vintage* yang dianggap mampu membentuk identitas bagi mahasiswa Universitas Islam Indonesia, yang diungkapkan dari pakaian sebagai bentuk komunikasi non-verbal. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami motivasi dan latar belakang mahasiswa yang menggunakan pakaian *vintage* dalam memilih gaya tersebut sebagai pakaian mereka sehari-hari. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode etnografi. *Snowball sampling* menjadi teknik yang digunakan untuk mendapatkan informan penelitian. Penelitian ini dilakukan pada empat mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang gemar memakai busana *vintage*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Temuan penelitian ini dimulai dari motif-motif dan latar belakang para pengguna busana *vintage* karena hal tersebut mencerminkan diri mereka sendiri. Penggunaan busana *vintage* dapat mengungkapkan bagaimana mereka dipersepsikan oleh orang-orang di sekitar mereka, serta menyoroti pesan yang ingin pengguna sampaikan kepada orang lain. Tidak hanya itu, orang-orang di sekitar informan penelitian seakan-akan mengamati dan juga mendukung mereka. Informan penelitian merepresentasikan dirinya dengan busana *vintage* sebagai individu yang penuh keberanian dan memiliki rasa percaya diri, karena pakaian tersebut didominasi oleh berbagai motif dan warna yang beragam. Sebagian besar orang percaya bahwa seseorang yang mengenakan pakaian bermotif dan berwarna-warni adalah orang yang bahagia, percaya diri, dan berani. Latar belakang dalam memilih identitas busana karena keinginan untuk merasakan dan mengamati *trend* busana *vintage* yang sedang populer. Pakaian dengan model lama dijual di pasaran dan dipakai kembali oleh orang-orang. Selain itu terdapat kenyamanan, antik, dan harganya yang terjangkau membuat orang-orang mulai suka dengan busana *vintage*.

Persamaan dengan penelitian ini adalah kajian mengenai *trend fashion* era lama yang kembali muncul di kalangan mahasiswa. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian, dimana penelitian Alysa Sinuhaji ini ingin mengidentifikasi motif dan latar belakang mahasiswa menggunakan busana *vintage* sebagai identitas mereka. Sedangkan tujuan penelitian peneliti untuk mendeskripsikan alasan mahasiswa gemar memakai *fashion 90's* dengan

mendesripsikan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi kembalinya *fashion* 90's di kalangan mahasiswa.

Kedua, artikel Ridwan Hadi, Muhammad Husni Ritonga (2023) dalam Jurnal Manajemen Informatika dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan judul “*Pengaruh Fashion Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU Stambuk 2019*”.

Fokus penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *fashion* terhadap perubahan gaya atau pilihan pakaian yang dilakukan oleh mahasiswa angkatan 2019 yang terdaftar di program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UINSU Stambuk. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2019, dokumentasi, dan analisis literatur. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebesar 77,5% mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosil UINSU Stambuk 2019 mengubah gaya berpakaian mereka sebagai akibat dari *fashion* dan sisanya sebesar 22,5% tidak terpengaruh dan dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas perubahan gaya *fashion* yang dikenakan oleh mahasiswa. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yaitu penelitian Hadi dan Ritonga menggunakan data kuantitatif dengan menyebarkan angket atau kuesioner, yang berbeda dengan data kualitatif yang peneliti gunakan, sehingga hasil penelitian juga akan berbeda. Perbedaan selanjutnya terletak pada tujuan penelitian, dimana penelitian Ridwan Hadi ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *fashion* terhadap perubahan gaya berpakaian mahasiswa. Sedangkan tujuan penelitian peneliti untuk mendeskripsikan alasan

mahasiswa gemar memakai *fashion* 90's dengan mendeskripsikan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi kembalinya *fashion* 90's di kalangan mahasiswa.

Ketiga, artikel Dhimas Abdillah Syarafa, Lisa Adhrianti, Eka Vuspa Sari (2020) dalam Jurnal Kaganga Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu dengan judul "*Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu*". Fokus penelitian ini untuk memahami bagaimana mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu membentuk identitas sosial mereka melalui *fashion* yang merupakan aspek dari komunikasi nonverbal. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan informan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Temuan penelitian menunjukkan betapa pentingnya *fashion* bagi mahasiswa, mengingat bahwa *fashion* adalah sesuatu yang dikagumi serta memainkan peran sentral dalam memperkuat rasa percaya diri seseorang. *Fashion* membantu mahasiswa membangun rasa percaya diri di lingkungan kampus melalui pilihan busana yang mereka pilih. Mahasiswa, ketika memilih *fashion* di lingkungan kampus, mengaitkan dua aspek kunci dalam membentuk identitas sosial, yaitu aspek kategorisasi diri terhadap pembentukan persepsi orang lain terhadap mereka, dan mengelompokkan individu berdasarkan preferensi tertentu. Aspek perbandingan sosial muncul sebagai hasil dari membandingkan gaya berpakaian mahasiswa lain, baik dengan respon positif maupun negatif. Dasar dari proses ini adalah motivasi intrinsik untuk memperoleh pandangan positif tentang diri sendiri melalui perbandingan orang lain. Seseorang yang merasa mirip dengan

anggota kelompok lain dan cenderung menyoroti kesamaan dan memperhatikan perbedaan dengan kelompok atau individu lain.

Informan penelitian menganggap pentingnya *fashion* bagi mahasiswa adalah sebagai suatu kebutuhan, karena mereka ingin tampil modis di lingkungan perkuliahan serta tetap fokus pada identitas atau ciri-ciri mereka sebagai mahasiswa yang mengikuti arus *fashion* terbaru. Proses mengklasifikasikan diri dan klasifikasi sosial dapat digunakan untuk menggambarkan seseorang harus mengklasifikasikan dirinya sebagai kelompok mahasiswa yang menampilkan diri sesuai dengan keinginan mereka, dan membandingkannya dengan tujuan untuk menerima umpan balik positif tentang penampilan mereka saat memilih gaya berpakaian.

Persamaan dengan penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan sama yaitu menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif dan juga membahas tentang *fashion* sebagai kebutuhan. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada tujuan penelitian, dimana penelitian Dhimas Abdillah Syarafa, Lisa Adhrianti, dan Eka Vuspa Sari ini ingin mengetahui identitas sosial mahasiswa melalui *fashion* sebagai komunikasi nonverbal. Sedangkan tujuan penelitian peneliti yaitu untuk mendeskripsikan alasan mahasiswa gemar memakai *fashion* 90's dengan mendeskripsikan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi kembalinya *fashion* 90's di kalangan mahasiswa.

Keempat, artikel Feny Septiani, Grendi Hendrastomo M.M, M.A (2022) dalam Jurnal Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul “Konstruksi Makna *Fashion Outdoor* Pada Mahasiswa Pecinta Alam (MAPALA) Di Yogyakarta”. Fokus penelitian ini untuk melihat bagaimana Mahasiswa Pecinta

Alam (MAPALA) di Yogyakarta menciptakan pemahaman atau pemaknaan mereka tentang *fashion outdoor*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *fashion* sebagai identitas.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mereka melihat *fashion outdoor* sebagai semacam tampilan yang membuat mereka menjadi keren dan merepresentasikan karakter petualang. Penggunaan *fashion outdoor* dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti mendukung kegiatan MAPALA, memenuhi gaya berbusana, dan mengubah citra atau *image*. Begitu juga dengan faktor eksternal seperti pengaruh globalisasi, dan pengaruh pergaulan atau komunitas. Berbagai macam *fashion outdoor* yang mereka gunakan sebagai hobi dan gaya hidup. Jenis *fashion outdoor* ini termasuk topi, mantel, sepatu, dan tas. Penggunaan *fashion outdoor* juga berdampak negatif terhadap produk lokal, seperti perilaku konsumtif dan rasa bangga terhadap produk luar dari Eropa.

Penelitian ini juga menunjukkan bagaimana MAPALA mendukung rutinitas sehari-hari dan kegiatan luar ruangan mereka dengan *fashion outdoor*. Mereka menggunakannya untuk merepresentasikan kepribadian, cara hidup, dan semangat petualangan mereka. Kecenderungan MAPALA terhadap *fashion outdoor* memiliki sisi positif karena menekankan perlunya keamanan dan perlindungan diri saat melakukan kegiatan di luar ruangan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas penggunaan *fashion* bagi kalangan mahasiswa dengan metode penelitian yang sama-sama kualitatif. Sedangkan

perbedaan penelitian terletak pada fokus kajian *fashion*, dimana penelitian Feny Septiani dan Grendi Hendrastomo ingin melihat pemahaman atau pemaknaan mahasiswa pecinta alam tentang *fashion outdoor*. Sedangkan tujuan penelitian peneliti untuk mendeskripsikan alasan mahasiswa gemar memakai *fashion 90's* dengan mendeskripsikan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi kembalinya *fashion 90's* di kalangan mahasiswa.

Kelima, artikel Nazjar Sakinah, Dimas Mega Nanda, Tohiruddin (2022) dalam Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial dengan judul “*Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya*”. Istilah “trend” adalah segala sesuatu yang digunakan atau sedang dibicarakan oleh banyak orang. Trend di ranah *fashion* selalu berubah karena dipengaruhi oleh berbagai macam faktor seperti sosial, ekonomi, dan juga perkembangan zaman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai macam trend *fashion* yang diminati oleh mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, serta untuk mengetahui bagaimana *fashion* mempengaruhi kehidupan sehari-hari mereka. Beberapa alasannya berupa perkembangan masyarakat *modern* yang telah meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap hal atau ide-ide baru.

Informan yang dipilih untuk penelitian kualitatif ini adalah mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. Namun demikian, metode untuk mendapatkan informan tidak dijelaskan dalam artikel ini. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun beberapa mahasiswa UNESA kadang-kadang mengikuti trend *fashion*, ada juga yang tidak mengikutinya. Salah satu alasan mereka mengikuti trend adalah karena

perkembangan zaman. Bagi mereka, penampilan merupakan segalanya dan menjadi prioritas utama. Ketika melakukan aktivitas apapun, baik pria maupun wanita ingin tampil maksimal. Informan penelitian tergolong penderita FOMO (*fear of missing out*). Ketakutan akan ketinggalan inilah yang dikenal dengan istilah FOMO. Jika orang yang mengikuti trend saat ini, mereka sering merasa percaya diri. Beberapa trend retro 90-an kembali populer dan trend *fashion* ini sangat diminati dan tidak mudah untuk ketinggalan zaman karena siklus *fashion* era lama memiliki siklus yang berputar.

Saat ini, dalam hal pakaian masyarakat lebih mengutamakan kenyamanan, fungsionalitas, dan kepraktisan. Ada beberapa anak muda yang mulai mengenakan pakaian yang sederhana, bersemangat, dan warna-warni *solid earth tone* (nuansa bumi). Ada sejumlah frasa atau istilah yang berkaitan dengan pakaian, diantaranya cewek mamba, yaitu *fashion* dengan nuansa warna gelap. Cewek yang tertarik dengan warna pastel dan warna cerah dikenal sebagai cewek kue. Kemudian cewek bumi, yaitu *fashion* yang menekankan warna *earth tone* seperti cream, putih, hijau, dan coklat. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas *trend fashion* di kalangan mahasiswa dan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada fokus kajian *fashion*, dimana penelitian Nazjar Sakinah, Dimas Mega Nanda, dan Tohiruddin ingin mengetahui pengaruh berbagai *trend fashion* dikalangan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan tujuan penelitian peneliti untuk mendeskripsikan alasan mahasiswa gemar memakai *fashion 90's* dengan mendeskripsikan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi kembalinya *fashion 90's* di kalangan mahasiswa.

Keenam, artikel Zakya Nurdini (2017) dari program studi Antropologi Universitas Airlangga dalam jurnal Fis. ANT dengan judul “*Budaya Berpakaian Produk Indie Clothing Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga*”. Awal mula dari kegemaran *indie clothing* dikaitkan dengan kewirausahaan sebuah kelompok yang menampilkan daya cipta dalam merancang dan memproduksi barang-barang pakaian yang unik, diproduksi pertama kali di Kota Bandung pada tahun 1996. Penelitian ini berfokus pada elemen-elemen yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan produk pakaian indie, seperti preferensi model pakaian, loyalitas terhadap merek, kualitas bahan, dan keterjangkauan harga. Penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada tujuh informan mahasiswa FISIP Unair dan observasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan produk *indie clothing* dianggap sebagai pernyataan kecintaan mereka terhadap produk dalam negeri dan pemenuhan kebutuhan *fashion*. Bagi mahasiswa FISIP Universitas Airlangga, terdapat penekanan signifikansi atau makna simbolis dari mengadopsi barang-barang pakaian indie bagi mahasiswa, seperti representasi modernitas dalam dunia *fashion*, penolakan terhadap perusahaan kapitalis internasional, dan partisipasi dalam budaya berpakaian anak muda yang anti-mainstream.

Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang budaya berpakaian mahasiswa yang cenderung berpakaian era 90-an. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada fokus kajian *fashion*, dimana penelitian Zakya Nurdini ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku mahasiswa FISIP Unair

dalam memilih produk *indie clothing* dan makna budaya berpakaian bagi mahasiswa FISIP Universitas Airlangga pada produk *indie clothing*. Sedangkan tujuan penelitian peneliti untuk mendeskripsikan alasan mahasiswa gemar memakai *fashion 90's* serta mengetahui dan mendeskripsikan nilai-nilai budaya yang mempengaruhi kembalinya *fashion 90's* di kalangan mahasiswa.

F. Kerangka Pemikiran

Cara berpikir dalam penelitian ini menggunakan konsep budaya populer, *fashion*, *gaya fashion*, *trend*, *trendsetter*, *fashion 90's* dan teori materialisme budaya Marvin Harris. Manusia dan budaya saling terkait satu sama lainnya dan secara bersama dalam membentuk kehidupan. Manusia menciptakan, melahirkan, dan mengembangkan budayanya. Koentjaraningrat (1985 : 181) menyatakan bahwa istilah “budaya” berasal dari bahasa Sanskerta *budhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari kata *buddhi* yang berarti akal atau budi. Oleh karena itu, budaya dapat dilihat sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan budi atau akal manusia. Cipta, rasa, dan karsa adalah “daya dari budi” yang membentuk suatu budaya, sedangkan kebudayaan adalah hasil dari cipta, rasa, dan karsa itu (Djojodigono dalam Koentjaraningrat, 1985 : 181).

Budaya juga didefinisikan Selo Soemardjan dan Soeleman Soemardi (dalam Ranjabar, 2006 : 12) sebagai keseluruhan hasil karya, cipta, dan rasa masyarakat. Teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniah yang dibutuhkan manusia dihasilkan oleh aktivitas masyarakat. Seluruh cara hidup anggota masyarakat termasuk dalam budayanya. Budaya mencakup hal-hal seperti cara

berpakaian, kehidupan keluarga, pola-pola kerja, ritual keagamaan, praktik perkawinan, dan pencarian kesenangan (Giddens, 1991: 31-32).

Budaya sendiri terus berkembang mengikuti perkembangan zaman, mengingat sifat kebudayaan adalah dinamis. Kebudayaan yang bersifat dinamis dipengaruhi juga dengan adanya globalisasi. Banyak faktor, termasuk faktor sosial, politik, budaya, dan ekonomi dianggap terlibat dalam gagasan globalisasi yang kompleks (Yang, 2012: 107). Akibat globalisasi ini, maka menurut Marshal McLuhan (dalam Pamungkas, 2017 : 246) akan mengakibatkan terciptanya sebuah *global village*, yang memfasilitasi semakin mudahnya arus informasi ke seluruh penjuru dunia karena adanya saling ketergantungan dari elemen-elemen yang membentuk masyarakat dan hasil dialektika antara sebab-akibat dari dinamika struktur masyarakat yang saling berinteraksi. Konsep tersebut dapat disimpulkan bahwa manusia secara sadar ataupun tidak sadar, akan mudah terhubung dengan berbagai macam informasi dari belahan dunia manapun. Manusia berinteraksi satu sama lainnya dengan mudah dan memperoleh nilai-nilai budaya baru sebagai hasilnya. Budaya akan saling mempengaruhi satu sama lainnya, dan pengaruh tersebut akan melahirkan apa yang disebut dengan budaya populer.

Seiring dengan perkembangan zaman, definisi budaya populer menjadi semakin kompleks. Saat ini budaya sepenuhnya saling berhubungan dengan ekonomi politik dan produksi budaya oleh kapitalis (Adorno & Horkheimer, 1979 dalam Barker dalam Chaniago, 2011 : 93). Produksi dan konsumsi barang-barang material lebih dominan dalam budaya populer daripada seni-seni asli, yang diciptakan karena keuntungan (Burton, 2008 dalam Chaniago, 2011 : 93).

Budaya populer mengacu pada budaya massa, yang diciptakan melalui metode produksi industri massal dan diedarkan untuk mencapai keuntungan dari konsumen massal (Malthy dalam Tressia 2012: 37). Menurut bahasa latin, istilah “budaya populer” secara harfiah mengacu pada “*culture of the people*” (budaya masyarakat). Budaya dilihat sebagai budaya yang dijalani (*lived culture*) dan sebagai kumpulan artefak budaya yang bisa ditemui dalam kehidupan sehari-hari banyak orang (Yasir, 2017 dalam Nurjanah, 2020: 4).

Menurut Hebdige (dalam Subandy, 2011: 27), budaya populer terdiri dari berbagai artefak, seperti film, kaset, acara televisi, alat transportasi, pakaian, dan sebagainya. Budaya populer tidak henti-hentinya berkembang dan muncul dengan cara yang unik di berbagai tempat dan waktu. Menurut Setiadi (2015: 267), budaya populer atau budaya pop didefinisikan juga sebagai budaya yang mempunyai banyak penggemar dan dapat menembus budaya tradisional, yang telah lama ada di masyarakat. Teknologi industri yang terus berkembang membuat budaya populer dapat dengan mudah dijangkau oleh semua kalangan tanpa adanya pembatasan dalam hal ruang dan waktu. Penyebaran budaya populer melalui teknologi industri pada akhirnya menyebabkan masyarakat secara tidak sadar mengadopsi budaya baru.

Budaya populer dalam perkembangannya menyisakan dampak difusi budaya yang sangat besar pada perubahan perilaku suatu masyarakat maupun pada tingkat konsumsi akibat munculnya budaya populer. Sekarang, fenomena budaya populer seolah-olah menarik masyarakat untuk mencoba menikmatinya seperti makanan, hiburan, dan *fashion* (Febryanto, 2017: 3-4).

Fashion, menjadi suatu bagian penting dari kehidupan manusia mulai dari *trend*, gaya, maupun penampilan dari keseharian manusia. *Fashion* mempunyai arti sebagai suatu mode yang hidupnya tidak lama, berkaitan dengan gaya bahasa, perilaku hobi terhadap model pakaian tertentu (Soekanto, 2014 : 186). Definisi yang sama juga dikatakan oleh salah seorang ahli, mengenai *fashion* yang merupakan kekuatan dari individu dan memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya dalam bentuk perubahan yang terjadi dalam waktu yang cepat. *Fashion* merupakan sinonim, atau analogi dari pakaian dan gaya masyarakat (Lypovettsky dalam Barnard, 2016 : 13).

Fashion memiliki banyak fungsi karena merupakan elemen penting yang mencirikan pengalaman hidup sosial. *Fashion* memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan artifaktual secara nonverbal, termasuk merefleksikan, meneguhkan, dan mengekspresikan suasana hati seseorang serta memiliki daya tarik tersendiri. *Fashion* sebagai fenomena budaya, sebenarnya banyak berbicara tentang identitas pemakainya. Selain itu, *fashion* dapat berfungsi sebagai alat untuk menunjukkan nilai sosial dan status, karena melalui *fashion* orang dapat mengetahui siapa diri mereka dan dalam kelompok sosial mana mereka berada (Haldani, 1999 : 7-8). *Fashion* didefinisikan juga sebagai suatu gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas suatu kelompok pada suatu waktu tertentu (Stone, 1985 : 3).

Terkadang *fashion* dan gaya memiliki perbedaan arti, jika gaya memiliki pengertian seseorang tentang kepribadiannya dan mengenakan pakaian yang sesuai. Sementara *fashion* merupakan perkembangan dari mode yang terus berubah seiring waktu, orang yang mengikuti mode mungkin tidak dapat menerapkan mode tersebut

pada diri mereka sendiri, sehingga gaya mereka mungkin tidak cocok. Gaya dapat disesuaikan dengan kenyamanan dan kebutuhan individu yang memahami diri mereka sendiri (Barnard, 2016 : 14).

Jika dipadukan antara gaya dan *fashion* sehingga menjadi gaya atau *style fashion*, maka memiliki definisi sebagai sesuatu yang bersifat lebih personal menonjolkan karakteristik atau ciri khas seseorang dalam jangka waktu yang lebih panjang. Gaya *fashion* berorientasi pada karakter seseorang dalam menampilkan tema khusus sebagai cara berpakaianya⁸.

Fashion akan berubah dari masa ke masa, ketika *fashion* baru muncul maka *fashion* lama akan dianggap kuno. *Fashion* dapat berulang kembali setelah beberapa tahun, dan *fashion* baru bertitik tolak pada *fashion* lama serta tampil kembali dengan versi yang berbeda. Salah satu ciri utama *fashion* adalah perkembangan, karena suatu *fashion* hanya dapat dikatakan *fashion* apabila modelnya menarik perhatian dan digunakan masyarakat. Apabila suatu mode telah mencapai puncaknya dan menjadi tradisi pada titik tertentu, mode tersebut tidak dapat lagi dianggap sebagai *fashion*. *Fashion* akan selalu mengalami perubahan setiap tahunnya karena popularitasnya (Sudarto, 2020 : 56-57). Definisi tersebut dapat terlihat bahwa kembalinya *fashion* 90's di zaman *modern* ini, bertitik tolak pada *fashion* sebelumnya yang dapat berulang kembali selang beberapa tahun dengan versi yang baru karena masih memiliki banyak penggemar, dan kembali menjadi *trend*.

⁸ Fitinline, "6 Macam Style Fashion Menurut Kepribadian Pemakainya". *Fitinline.com*, 07 Juli 2021, <https://fitinline.com/article/read/6-macam-style-fashion-menurut-kepribadian-pemakainya/> (diakses pada 19 September 2024).

Trend atau tren berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu meliputi pakaian, gaya rambut, corak hiasan, penggunaan hijab dan sebagainya. tren juga merujuk pada semua yang menjadi perbincangan hangat, diperhatikan, dikenakan, dan dimanfaatkan oleh banyak orang pada waktu tertentu. Tanda-tanda suatu objek menjadi sebuah *trend* adalah ketika sesuatu menjadi pusat pembicaraan, pusat perhatian, dan sering digunakan (Maryam dalam Sudarto, 2020 : 14).

Jadi bisa disimpulkan bahwa *trend* merupakan suatu objek yang menjadi topik pembicaraan di masyarakat pada waktu tertentu. Biasanya *trend* muncul akibat faktor-faktor sosial, ekonomi, atau media yang berkaitan dengan penyebaran melalui media massa, selebritis, *influencer* yang menjadi bagian dari budaya populer atau bisa disebut dengan *trendsetter*.

Trendsetter menjadi penerima tren sebelum orang lain menyetujui. *Trendsetter* ini merujuk pada orang-orang yang lebih suka bersosialisasi dan mempunyai banyak relasi dengan banyak orang diberbagai kelas sosial, misalnya kalangan *public figure*. *Public figure* mempunyai pengaruh yang cukup besar untuk menyebarkan suatu gaya seperti penyebaran *fashion*. Status dari *public figure* berperan penting juga terhadap seberapa besar pengaruhnya terhadap *trendsetting*. Semakin popularitas maka semakin tinggi juga *trend fashion* yang dikenakan mempengaruhi minat masyarakat (Sudarto, 2020 : 16).

Dilihat dari tema *old fashion* yang kembali populer dipakai saat zaman *modern* ini, seperti penggunaan gaya *fashion* 90's menjadi suatu *trend* yang mana penyebarannya bisa dilihat dari berbagai media massa dan ditambah dengan

trendsetter yang membantu mempercepat penyebaran gaya *fashion* 90's. *Fashion* 90's sendiri merupakan *fashion* yang lebih beragam karena beradaptasi dari *fashion* yang populer di tahun sebelumnya yaitu *fashion* 1960-an hingga 1980-an. Gaya *fashion* 90's yang kembali populer dilihat dari gaya musik seperti *grunge*, *pop*, *rock*, *hip-hop*, gaya *streetwear*, dan gaya *retro*.

Gaya *fashion* di tahun 90-an tersebut penyebarannya dibawa oleh beberapa kalangan anak muda dan *public figure* yang populer di tahun itu juga. Ada berbagai gerakan atau revolusi yang terjadi pada tahun 60-an dan 70-an yang kemudian diusung melalui gaya berpakaian yang bebas dan serba longgar, memperlihatkan situasi dan kondisi menolak sistem pemerintahan yang dikenal dengan nama *hippie*. Gaya pakaian yang berasal dari *historis* tersebut berlanjut sampai di tahun 90-an. Ada juga *style fashion* yang dipengaruhi oleh band The Beatles, seperti *ankle pants*, dan kemeja polo yang dimasukkan kedalam celana. Pakaian yang digunakan bisa diekspresikan sebebas-bebasnya mulai dari motif dan warna. Item pakaian yang populer seperti kemeja motif corak, *vest*, baju motif kotak-kotak, garis-garis dan celana gembrong. Pada tahun 80-an juga dipengaruhi oleh band-band metal seperti Motley Crue, Bon Jovi, dan Poison (Sinuhaji, 2021: 26-28). Pada tahun ini populer juga gaya pakaian seperti pekerja kantor istilahnya *yuppie style*.

Gaya *fashion* 90's yang populer kembali ini juga berdasarkan ragam gaya dan jenis item yang kerap kali digunakan oleh beberapa kalangan *trendsetter* yang mempengaruhi gaya berpakaian anak muda dan ingin terlihat berbeda dari segi penampilan. Misalnya dari gaya *grunge* dengan item populer kemeja *flanel*, *jeans*

longgar, dan boots yang dipopulerkan oleh Kurt Cobain dari band Nirvana dan Pearl Jam⁹.

Fashion juga menjadi suatu konteks material yang melibatkan pemakaian bahan dan barang-barang fisik untuk menciptakan suatu pakaian dan aksesoris yang mencerminkan gaya dan *trend* tertentu. *Fashion 90's* bisa dipandang sebagai cermin materialisme bagi penggunanya. *Fashion 90's* dapat dianggap sebagai bagian dari infrastruktur budaya yang mencakup aspek-aspek material seperti bahan pakaian, desain, produksi, distribusi, dan konsumsi dari item *fashion 90's*. Kembalinya *fashion 90's* dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan materialisme budaya.

Materialisme budaya merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh salah seorang ahli Antropologi yaitu Marvin Harris. Konsep bahwa kesadaran manusia ditentukan oleh kondisi atau keadaan materi adalah dasar dari teori materialisme budaya. Budaya manusia terbentuk bukan karena hal-hal mistis, tetapi dipengaruhi oleh materi yang ada di sekitar manusia. Harris memulai dengan gagasan dasar bahwa materi mempengaruhi kesadaran manusia (*self awareness*). Salah satu kemampuan seseorang dalam memahami perasaan, pikiran, dan evaluasi diri merupakan bentuk kesadaran diri atau *self awareness*. Hal tersebut dapat membantu seseorang dalam memahami kekuatan, kelemahan, dorongan, dan nilai yang ada dalam dirinya sendiri maupun orang lain (Rahman & Ridha, 2023: 3-4).

⁹ Antonio Saardon, "Timeline Pengaruh Musik Terhadap Fashion". *universityoffashion.com*, 08 Agustus 2021, <https://www.universityoffashion.com/blog/a-timeline-of-musics-influence-over-fashion/> (diakses pada 19 September 2024).

Materialisme budaya yang digagas oleh Marvin Harris, dipengaruhi oleh gagasan materialisme Karl Marx. Marx beranggapan bahwa kondisi material kehidupan manusia menentukan perkembangan intelektual manusia. Karl Marx memandang bahwa proses kehidupan sosial, politik, dan spiritual pada umumnya dipengaruhi oleh produksi kehidupan material (Wibisono, 2020 dalam Rahman & Ridha, 2023 : 4). Keadaan sosial yang menentukan kesadaran mereka dan bukan kesadaran manusia yang menentukan keadaan mereka. Marx membagi lingkup kehidupan manusia menjadi dua bagian yaitu dasar atau basis (*base*) dan suprastruktur. Dasar atau basis merupakan bidang produksi kehidupan sosial material, sedangkan suprastruktur merupakan proses kehidupan sosial, politik, dan spiritual. Hal tersebut saling mempengaruhi satu sama lain (Rahman & Ridha, 2023 : 4).

Berangkat dari pemikiran Marx tersebut, Marvin Harris justru mengkolaborasikan gagasan mengenai basis dan suprastruktur, yang disebutnya sebagai infrastruktur. Harris memodifikasi skema Marxis dengan memasukkan unsur reproduksi ke dalam basis (infrastruktur), bersamaan dengan mode ekonomi dari produksi (Harris, 1979 : 53). Harris juga menambahkan struktur diantara basis dan suprastuktur, suatu kategori yang tidak ada dalam skema Marxis (Saifuddin dalam Rahman & Ridha, 2023 : 5). Secara sederhananya Harris mengelompokkan menjadi tiga, yaitu infrastruktur, struktur, dan suprastruktur (Harris, 1979 : 53). Harris memandang katiga kategori tersebut sebagai fenomena etik yang berarti kategori tersebut dapat ditemukan oleh ahli ilmu sosial yang meneliti. Satu kategori yaitu suprastruktur yang mengandung fenomena etik dan emik. Fenomena emik

merupakan komponen mental dalam pikiran orang-orang sebagai anggota suatu kebudayaan atau masyarakat, yang memandang diri mereka sendiri dan dunia dari perspektif spesifik mereka atas dasar nilai-nilai, pengetahuan, dan sikap yang ada dalam kebudayaan (Arif et al., 2015 : 7).

1. Infrastruktur : merujuk pada faktor-faktor material seperti kebutuhan pangan, energi, teknologi, dan produksi ekonomi. Pada topik penelitian ini, *fashion* sebagai mode dipengaruhi oleh faktor-faktor material dan ekonomi. Mode pakaian yang populer kembali bisa saja menjadi respon terhadap keberhasilan produksi massal dan ketersediaan bahan yang banyak. Faktor tersebut seperti produksi tekstil, teknologi, dan ekonomi yang mempengaruhi jenis pakaian dan *fashion* yang berkembang. Secara sederhananya infrastruktur dilihat dari ketersediaan barang dan model *fashion* 90's.
2. Struktur : merujuk pada pola-pola sosial dan organisasi sosial yang terbentuk sebagai akibat dari faktor-faktor infrastruktur seperti sistem ekonomi, politik, keluarga, dan lainnya. Pada topik penelitian ini, struktur sosial di kalangan mahasiswa mempengaruhi *fashion* yang digunakan seperti pergaulan di kampus yang membangun interaksi antar mahasiswa yang juga memiliki peran dalam penyebaran *fashion* 90's atau *public figure* seperti artis yang mahasiswa ikuti memainkan peran dalam adopsi dan mengkonsumsi gaya berpakaian 90's di kalangan mahasiswa, serta adanya kondisi ekonomi yang mempengaruhi.

3. Suprastuktur : merujuk pada aspek budaya yang lebih abstrak seperti agama, seni, bahasa, nilai-nilai, dan norma. Jika melihat *fashion 90's* yang kembali *trend* di kalangan mahasiswa, terdapat nilai-nilai tertentu yang mempengaruhi bagaimana mahasiswa memahami dan mengadopsi *trend fashion 90's*, serta ada makna tersendiri bagi mahasiswa dalam memakai *fashion 90's*.

Sesuatu yang sifatnya abstrak seperti nilai-nilai memang tidak bisa dilepaskan dari individu atau kelompok, begitu juga dengan pengguna *fashion* dalam memilih *fashion* yang digunakan. Nilai atau *value* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin *valere* atau bahasa Prancis kuno *valoir* yang diartikan sebagai berdaya, berlaku, berguna, dan kuat (Bagus, 2002 dalam Talibo, 2012: 4). Nilai-nilai merupakan suatu konsep yang secara eksplisit dapat membedakan individu atau kelompok, karena memberikan ciri khas baik individu ataupun kelompok (Kluckhon dalam Syarifuddin, 2017: 11). Nilai juga mengacu pada persepsi individu atau kelompok tentang apa yang diinginkan, yang menentukan perilaku terhadap apa yang dipilih.

Nilai juga dipandang sebagai pedoman atau prinsip-prinsip umum dalam bertindak dan bertingkah laku, yang relatif sangat kuat bahkan bersifat emosional sehingga dilihat sebagai tujuan kehidupan manusia itu sendiri (Theodorson, 1970 dalam Syarifuddin, 2017: 11).

Menurut Alfian (2013: 65), dalam konteks filsafat nilai bisa dibedakan menjadi tiga jenis sebagai berikut:

1. Nilai logika, berkaitan dengan kebenaran dan kesalahan.

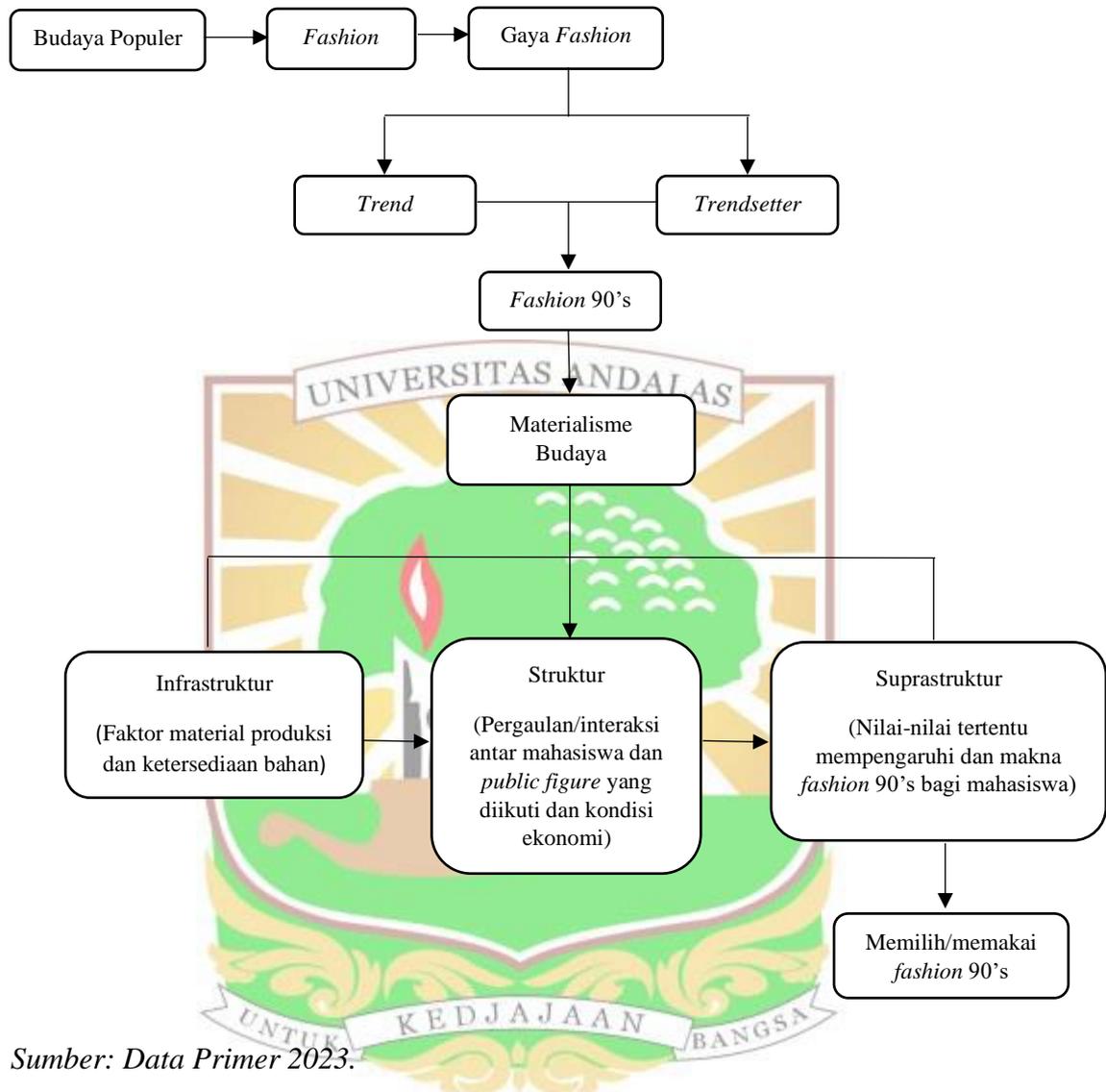
2. Nilai estetika, berkaitan dengan keindahan dan ketidakeindahan.
3. Nilai etika, berkaitan dengan kebaikan dan keburukan.

Nilai-nilai menjadi prinsip-prinsip abstrak yang dijadikan sebagai pedoman dalam kehidupan masyarakat. Termasuk dalam konteks nilai budaya yang merupakan sesuatu yang bersifat umum, mempunyai ruang lingkup yang sangat luas dan sulit diterangkan secara rasional dan nyata (Koentjaraningrat, 1985: 190). Dapat disimpulkan bahwa nilai berfungsi sebagai panduan dan keyakinan saat mengambil keputusan. Definisi ini menggabungkan definisi-definisi nilai sebelumnya dan bertujuan untuk melihat bagaimana pemahaman seseorang mengenai sesuatu.

Nilai-nilai budaya yang mempengaruhi pemilihan gaya dan tren terhadap *fashion*, bisa berkaitan dengan materialisme budaya. Dapat dikatakan bahwa, teori materialisme budaya melihat bagaimana nilai-nilai tercermin dalam sebuah materi, seperti penggunaan *fashion* 90's dimana bagi penggunanya ada nilai-nilai tertentu yang tercermin dalam *fashion* 90's yang mempengaruhi pemahaman penggunanya.

Materialisme budaya menghubungkan aspek-aspek budaya dengan faktor-faktor material. Gagasan Harris menyoroti bagaimana faktor-faktor material serta nilai-nilai budaya yang tercermin dari material yang mempengaruhi pemilihan masyarakat dalam hal makanan, pakaian, tempat tinggal, dan perilaku budaya lainnya. Sama halnya dengan bagaimana faktor-faktor material dan nilai-nilai yang tercermin dari material tersebut mempengaruhi mahasiswa dalam memilih *fashion* 90's.

Bagan 1.
Kerangka Berpikir Peneliti



Sumber: Data Primer 2023.

G. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif.

Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai

metodologi penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari perilaku dan kata-kata tertulis atau lisan individu (Moleong, 2017: 4). Penelitian dengan pendekatan deskriptif bertujuan untuk menentukan fakta dengan menggunakan interpretasi yang tepat untuk mengenal fenomena serta untuk melukiskan atau menggambarkan secara akurat karakteristik dari beberapa fenomena, kelompok atau individu yang sedang terjadi (Nazir, 1999: 63). Alasan peneliti memilih pendekatan kualitatif deskriptif karena dengan penelitian kualitatif deskriptif ini bisa mendeskripsikan dan menceritakan narasi dari suatu fenomena gaya berpakaian mahasiswa yang cenderung memakai *fashion 90's* di tengah *fashion modern* yang berkembang saat ini.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Universitas Andalas. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di Universitas Andalas adalah berdasarkan hasil pengamatan awal dan agar lebih mudah menjangkau informan penelitian karena melihat *fashion 90's* digemari oleh mahasiswa Universitas Andalas. Selain itu peneliti juga berada dalam satu lingkungan kampus, intensitas dan peluang untuk bertemu dengan informan penelitian lebih besar dan juga lebih efektif. Oleh karena itu, peneliti memilih lokasi ini untuk mendapatkan data yang menjadi sasaran dalam penelitian.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi kepada peneliti, baik tentang diri mereka sendiri maupun orang lain atau mengenai suatu

kejadian. Pada penelitian kualitatif menggunakan istilah informan, berbeda dengan penelitian yang bersifat kuantitatif yang biasanya menggunakan istilah responden. Informan sebagai orang yang memberikan informasi baik tentang diri sendiri, orang lain atau mengenai sesuatu hal, sedangkan responden merupakan orang yang hanya menjawab pertanyaan wawancara, mereka tidak memberikan informasi atau keterangan dengan menjawab pertanyaan wawancara tentang dirinya (Afrizal, 2014: 139).

Ada dua jenis informan penelitian, yaitu informan pengamat dan informan pelaku. Informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau mengenai suatu fenomena kepada peneliti. Informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan mengenai dirinya, tentang perilakunya, pengetahuannya maupun interpretasinya, informan ini akan menjadi subjek dalam penelitian (Afrizal, 2014 : 139).

Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *snowballing* (gelinding bola salju). Melalui teknik *snowballing*, informan penelitian diperoleh di lapangan sesuai dengan informasi yang didapatkan dari para informan sebelumnya, bukan karena kriteria yang sengaja ditetapkan oleh peneliti. Para informan diperoleh ketika peneliti berada di lapangan tanpa kriteria khusus untuk mengidentifikasi informan yang telah ditetapkan sebelum turun ke lapangan (Afrizal, 2014 : 141). Peneliti mencari informasi dari pihak-pihak yang terlibat yaitu mahasiswa yang gemar memakai *fashion* 90's di kampus dan mahasiswa yang mengamati mahasiswa yang gemar memakai *fashion* 90's. Peneliti kemudian menjadikan orang-orang yang diberitahu oleh orang yang ditanya tersebut sebagai

informan penelitian. Peneliti juga nantinya menanyakan kepada informan yang telah diwawancarai siapa lagi yang terlibat.

Tabel 1.
Informan Penelitian Pengamat

NO	Informan Pengamat	Jenis Kelamin	Prodi	Fakultas
1.	AM	Perempuan	Antropologi Sosial	FISIP
2.	SS	Perempuan	Antropologi Sosial	FISIP
3.	PQ	Perempuan	Antropologi Sosial	FISIP
4.	MA	Perempuan	Antropologi Sosial	FISIP
5.	HI	Laki-laki	Antropologi Sosial	FISIP
6.	FH	Laki-laki	Antropologi Sosial	FISIP
7.	RD	Perempuan	Sejarah	FIB
8.	SH	Laki-laki	Sejarah	FIB
9.	AF	Perempuan	Ilmu Ekonomi	FEB
10.	AM	Perempuan	Proteksi Tanaman	Pertanian
11.	HC	Laki-laki	Teknik Industri	Teknik
12.	GA	Laki-laki	Teknik Elektro	Teknik
13.	PD	Laki-laki	Teknik Mesin	Teknik
14.	NO	Perempuan	Fisika	FMIPA
15.	AD	Perempuan	Peternakan	Peternakan
16.	HW	Laki-laki	Kedokteran	Kedokteran
17.	DK	Perempuan	Hukum	Hukum

Sumber : Data Primer 2024.

Tabel 2.
Informan Penelitian Pelaku

NO	Informan Pelaku	Jenis Kelamin	Prodi	Fakultas
1.	SS	Perempuan	Antropologi Sosial	FISIP
2.	PQ	Perempuan	Antropologi Sosial	FISIP
3.	MA	Perempuan	Antropologi Sosial	FISIP
4.	HI	Laki-laki	Antropologi Sosial	FISIP
5.	FH	Laki-laki	Antropologi Sosial	FISIP
6.	LF	Perempuan	Antropologi Sosial	FISIP
7.	SH	Laki-laki	Sejarah	FIB
8.	RR	Perempuan	Sejarah	FIB
9.	PA	Perempuan	Sastra Indonesia	FIB
10.	HN	Laki-laki	Ekonomi	FEB
11.	YV	Perempuan	Ekonomi	FEB
12.	NP	Perempuan	Ilmu Tanah	Pertanian
13.	AG	Laki-laki	Peternakan	Peternakan

Sumber : Data Primer 2024.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian, metode ini dikenal sebagai teknik pengumpulan data. Penelitian kualitatif menganalisis kata-kata yang menyatakan alasan atau interpretasi, makna, kejadian-kejadian, serta tindakan manusia dalam kelompok sosial. Teknik ini digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan kata-kata dan tindakan-tindakan manusia agar tercapainya tujuan penelitian. Pada penelitian ini cara pengumpulan data dibagi kedalam dua jenis yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek di lapangan berupa

hasil pengamatan atau observasi, wawancara yang dilakukan pada informan penelitian, dan hasil dokumentasi yang didapatkan selama di lapangan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil tinjauan kepustakaan baik itu dari buku, jurnal, hasil penelitian sebelumnya, media massa, internet dan sebagainya. Peneliti dalam mengumpulkan data sering menggunakan teknik observasi partisipasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Afrizal, 2014: 20).

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Salah satu metode pengumpulan data adalah observasi, yaitu mengumpulkan informasi langsung dari lapangan (Semiawan, 2010: 112). Observasi merupakan bentuk pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap perilaku manusia, responden, proses kerja, dan gejala alam (Sugiyono, 2017:203). Melalui observasi akan didapatkan dengan cara pengamatan langsung, yang meliputi pengamatan terhadap mahasiswa yang cenderung berpakaian 90's dan untuk mengetahui serta memahami nilai-nilai budaya yang mempengaruhi kembalinya *fashion 90's* dikalangan mahasiswa di Universitas Andalas.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dirancang untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga untuk peneliti ingin mengetahui lebih mendalam hal-hal dari informan (Sugiyono, 2017:317). Wawancara dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dengan memberikan beberapa pertanyaan langsung kepada informan penelitian untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan serta menjawab permasalahan penelitian. Teknik

wawancara yang dilakukan dengan cara wawancara mendalam (*indepth interview*) merupakan teknik pengumpulan data atau informasi dengan cara bertemu langsung dengan informan agar data yang didapatkan lengkap dan mendalam (Ardianto, 2011:178). Wawancara mendalam dilakukan kepada informan penelitian yaitu mahasiswa Universitas Andalas yang cenderung memakai kembali *fashion* 90's di kampus serta untuk mendapatkan informasi mengenai nilai-nilai budaya yang mempengaruhi mahasiswa memakai *fashion* 90's.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2017:329). Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data berupa gambar atau foto sebagai media agar diamati lebih lanjut. Teknik ini dilakukan dengan bantuan alat yang dipakai yaitu, *handphone* dengan memanfaatkan fitur kamera untuk pengambilan foto maupun video dan perekam suara untuk merekam percakapan selama wawancara bersama informan penelitian. Dokumen berupa foto-foto mahasiswa yang menggunakan *fashion* 90's dalam penelitian menjadi informasi tambahan atau sebagai pelengkap dalam penelitian.

d. Studi Kepustakaan

Menurut George dalam Djiwandono (2015:201) studi kepustakaan merupakan proses mencari sumber atau perspektif profesional tentang suatu topik yang terkait dengan fokus penelitian. Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan sumber-sumber tambahan tentang norma, nilai, dan budaya yang muncul dalam konteks sosial yang diteliti (Sugiyono, 2017:291). Penulis

mengumpulkan informasi dan data terkait penelitian dari buku-buku, jurnal, artikel, serta beberapa blog di internet. Selain itu penulis mengumpulkan juga data dari penelitian terdahulu untuk menguatkan argumentasi pada penelitian ini.

5. Analisis Data

Penganalisisan data kualitatif dilaksanakan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data mengacu pada proses pemilihan elemen data yang signifikan dari kumpulan data yang telah terhimpun, sementara penyajian data berarti menyusun informasi secara terstruktur. Penarikan kesimpulan dari data mengacu pada penyajian informasi berdasarkan data yang telah dipaparkan (Miles dan Huberman, 1992: 16-19). Analisis data menjadi proses yang sistematis untuk mengidentifikasi unsur-unsur dan hubungan antara unsur-unsur dari keseluruhan data tersebut dan menghasilkan klasifikasi atau tipologi dari data yang dikumpulkan (Afrizal, 2019: 175-176).

Menurut Miles dan Huberman (dalam Afrizal, 2014 : 178-180), ada beberapa langkah dalam menganalisis data yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Proses memilih, menyederhanakan, memfokuskan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data awal yang diperoleh saat menulis catatan lapangan. Reduksi data adalah kegiatan mengorganisasikan data dengan cara mengumpulkan data dan memilih data primer atau penting sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah direduksi ini akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah pengumpulan data selanjutnya serta mengklasifikasikan data sesuai dengan fokus penelitian.

2. Penyajian Data

Langkah berikutnya setelah reduksi data adalah proses penyajian data dengan proses penghimpunan data atau informasi yang terorganisir berupa kategori atau pengelompokkan. Penyajian data merupakan bentuk upaya peneliti dalam memperoleh gambaran dan interpretasi data sesuai dengan fokus penelitian yang sedang berlangsung. Data kualitatif yang ditampilkan berupa narasi, yang dapat disajikan dalam bentuk matriks, bagan, tabel, dan lain-lain.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

Tahap selanjutnya adalah menarik kesimpulan dari data yang ditemukan. Ini merupakan interpretasi yang dibuat peneliti dari data yang ditemukan saat wawancara ataupun dalam dokumen. Peneliti melakukan pengecekan kembali terhadap reduksi data dan penyajian data untuk memastikan keabsahan data dan tidak adanya kesalahan data setelah membuat kesimpulan.

6. Proses Jalannya Penelitian

Tahapan awal dimulai dengan melakukan pembuatan proposal penelitian pada 05 September 2023. Proposal penelitian ditulis berdasarkan hasil observasi awal, dimana peneliti melihat mahasiswa Universitas Andalas sering menggunakan tema *old fashion* seperti *fashion 90's* di kampus. Proses pembuatan proposal selesai pada awal bulan Februari 2024. Tanggal 16 Februari 2024 peneliti melakukan seminar proposal. Setelah itu peneliti mulai membuat *outline* penelitian.

Tahapan selanjutnya melakukan penelitian atau turun lapangan, dimana penelitian dilakukan mulai dari tanggal 26 Februari 2024 hingga 28 Maret 2024. Awalnya peneliti mengobservasi kembali dan menanyakan mahasiswa per masing-

masing fakultas untuk dimintai data mengenai identifikasi perbandingan *fashion* mahasiswa masing-masing fakultas yang ada di Universitas Andalas. Selanjutnya, peneliti menanyakan rekomendasi mahasiswa yang memakai *fashion* 90's di kampus. Sesuai dengan teknik *snowballing*, informan selanjutnya merupakan rekomendasi dari informan sebelumnya. Tidak selalu mudah untuk menemukan informan penelitian ini, karena peneliti sempat terkendala dengan beberapa informan yang direkomendasikan menolak untuk menjadi informan penelitian.

Peneliti membagi informan menjadi dua kategori yaitu informan pengamat dan informan pelaku, dimana ada beberapa informan pengamat yang sekaligus menjadi informan pelaku. Peneliti melakukan proses observasi dengan melihat gaya atau *style fashion* yang digunakan informan. Sebelum melakukan wawancara, dengan terlebih dahulu peneliti menghubungi informan penelitian melalui kontak langsung maupun via whatsapp. Kemudian setelah melakukan pendekatan, barulah peneliti melakukan proses wawancara. Setelah selesai melakukan wawancara yang peneliti rasa sudah mendapatkan data jenuh, barulah peneliti mulai mengelompokkan temuan data penelitian dan membaginya untuk menyusun pembahasan yang akan menjawab tujuan dari penelitian.

Sembari mengelompokkan data temuan penelitian, peneliti juga mencari data pendukung atau data sekunder yang berhubungan dengan gambaran lokasi penelitian yaitu sejarah singkat Universitas Andalas, kondisi demografi mahasiswa, jumlah mahasiswa di Universitas Andalas dan data pelengkap lainnya yang diperoleh dari website resmi Universitas Andalas maupun artikel. Selanjutnya, peneliti berusaha untuk menulis hasil wawancara dengan mengolah data temuan

penelitian menjadi bentuk tulisan yang bersifat deskriptif untuk menjawab pertanyaan penelitian.

