

## PEMILIHAN GAYA BERPAKAIAN SEBAGAI PESAN NONVERBAL

Fadhilah Akbar Yasim<sup>1</sup>, Ali Alamsyah Kusumadinata<sup>2</sup>, Agustina M Purnomo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, email: [akbat556@gmail.com](mailto:akbat556@gmail.com)

<sup>2</sup>Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, email: [ali.alamsyah@unida.ac.id](mailto:ali.alamsyah@unida.ac.id)

<sup>3</sup>Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, email: [agustina.m@unida.ac.id](mailto:agustina.m@unida.ac.id)

---

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas tren fashion sebagai bentuk komunikasi non-verbal dalam masyarakat modern. Tren fashion tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar pakaian, tetapi juga sebagai ekspresi gaya hidup, identitas, dan status sosial individu atau komunitas. Dengan perkembangan media sosial seperti Instagram, tren fashion lebih mudah diakses dan diikuti oleh masyarakat, meskipun tren ini bersifat sementara. Melalui survei yang dilakukan terhadap 50 pengunjung kafe, penelitian ini mengeksplorasi persepsi responden mengenai fashion sebagai sarana ekspresi diri, tren yang mengikuti perkembangan zaman, serta desain yang diterima oleh berbagai kalangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya berpakaian dianggap efektif dalam mencerminkan ekspresi diri dan mengikuti tren terkini. Sebagian besar responden setuju bahwa pemilihan pakaian dapat meningkatkan rasa percaya diri, memberikan daya tarik, dan membawa kebahagiaan. Fashion, sebagai bagian dari budaya sosial, berperan penting dalam interaksi manusia melalui simbolisme yang tercermin dalam pilihan busana.

Kata kunci: komunikasi nonverbal, pengunjung, trend fashion

### PENDAHULUAN

Tren fashion mencakup segala hal yang saat ini menjadi topik pembicaraan, dikenakan, dan diperhatikan oleh masyarakat. Objek yang menjadi tren biasanya mendapat perhatian luas, sering dibicarakan, dan digunakan secara umum. Media sosial, khususnya Instagram, berperan dalam menyebarluaskan inspirasi fashion modern, memungkinkan penggunanya mengikuti tren tersebut (Arsita, 2021). Namun, tren hanya berlangsung untuk jangka waktu tertentu karena memiliki batas waktu atau usia di mata masyarakat. Tren busana mencerminkan perubahan dalam situasi sosial.

Pakaian berfungsi sebagai simbol jiwa dan fashion menjadi cara hidup serta bentuk pesan yang merefleksikan kultur sosial individu atau komunitas. Fashion sebagai tren budaya yang digunakan di masyarakat sebagai bagian kebutuhan primer (Cahayani & Rahayu, 2021) (Rahayu, 2020). Tren fashion adalah penerapan pakaian atau aksesoris yang mengikuti perkembangan zaman, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan referensi global (Arsita, 2021). Di Indonesia, perkembangan fashion dipengaruhi oleh latar budaya yang menghasilkan tren kreatif dengan sentuhan multikultural (Pratamartatama, Fredline, & Djunaidi, 2024). Tren fashion telah menjadi bagian dari ideologi konsumen dengan mempersepsikan fashion sebagai merek dan gaya hidup, di mana merek-merek kini mempengaruhi gaya hidup masa kini (Hadijah, 2014).

Fashion adalah ekspresi diri dan gaya hidup yang mencerminkan identitas individu atau komunitas sebagai bagian dari budaya sosial. Ini merupakan gaya berpakaian yang mengikuti tren populer dalam masyarakat tertentu. Penerapan pakaian dan aksesoris menyesuaikan perkembangan zaman, yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan referensi global. Komunikasi non verbal berfungsi sebagai sistem sinyal yang digunakan manusia untuk mengungkapkan emosi, sikap, dan niat. Bentuk komunikasi ini dapat dilihat melalui ekspresi wajah, gerakan tangan, postur tubuh, dan pola tatapan mata, busana digunakan. Mereka menekankan bahwa komunikasi non verbal sangat efektif dalam menyampaikan emosi, terutama emosi yang tidak selalu bisa diungkapkan dengan kata-kata. Penelitian ini ingin melihat bagaimana trend Fashion dilihat sebagai bagian dari pesan nonverbal dalam dinamika masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan survey kepada pengunjung cafe diambil secara acak sebanyak 50 orang dan ditanyakan berkenaan dengan trend fashion. Penelitian ini diolah dengan menggunakan teknik nilai tengah dimana nilai terbesar

dikurangi nilai terkecil dan di bagi jumlah pilihan jawaban yang tersedia. Nilai yang didapatkan antara 1-1,8; 1,8-2,6; 2,6-3,4; 3,4-4,2; 4,2-5. Di interpretasikan melalui tidak setuju, netral, cukup setuju, setuju dan sangat setuju dengan pernyataan yang dinyatakan kepada responden. Jawaban pertanyaan diolah dan disimpulkan (Sugiyono, 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Trend fashion bukan hanya sekadar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup. Hal ini juga sangat relevan dengan para remaja masa kini, yang memiliki peran penting dalam masyarakat. Manfaat trend fashion dalam kehidupan sehari-hari antara lain (1) memberikan rasa percaya diri; (2) memberikan daya tarik tersendiri; (3) memberikan rasa bahagia. Trend fashion tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup, terutama di kalangan remaja yang berperan penting dalam masyarakat. Manfaatnya antara lain: meningkatkan rasa percaya diri, memberikan daya tarik tersendiri, dan menambah kebahagiaan seseorang (Munthe, 2021).

Trend fashion dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu variasi desain, model yang sesuai dengan preferensi konsumen, desain yang mengikuti tren populer, serta daya tahan dan warna yang menarik. Konsumen cenderung tertarik pada model yang sesuai dengan kepribadian mereka, tren yang dikenakan tokoh terkenal, serta kenyamanan dan warna yang sesuai dengan keinginan (Daniella, Handayani, & Julia, 2020).

Trend fashion selalu berhubungan dengan perubahan sosial masyarakat. Beberapa faktor yang sering dikaitkan dengan trend fashion meliputi: (1) Fashion yang berkembang mengikuti kemajuan waktu, (2) Pengekspresian pada diri pemakai. (3) Dapat diterima berbagai kalangan. Pakaian dapat dianggap sebagai simbol jiwa, di mana fashion berfungsi sebagai pesan dan cerminan gaya hidup individu atau komunitas, serta menjadi bagian dari budaya sosial. Sementara itu, Polhemus dan

Procter menyatakan bahwa fashion merupakan tren busana dan gaya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fashion adalah gaya berpakaian yang populer dalam masyarakat tertentu dan mencerminkan budaya yang ada.

Trend fashion yaitu: model sebagai pengekspresian diri pemakai, fashion yang mengikuti trend perkembangan zaman, dan desain fashion yang di terima semua kalangan (Ariyanto, 2020) (Haq, 2022). Hasil analisis data diperoleh nilai sebesar 3,84 dengan kriteria penafsiran Setuju dengan pernyataan gaya berpakaian disesuaikan dengan kepribadian. Hal ini menunjukkan bahwa gaya berpakaian sebagai pesan non-verbal dianggap efektif dalam mencerminkan ekspresi diri, mengikuti tren fashion yang berkembang, dan memiliki desain yang diterima oleh berbagai kalangan.

Tabel 1 tanggapan responden trend fashion

No	Pernyataan	Skor Rata-rata	Kriteria Penafsiran
<b>Gaya Berpakaian</b>			
<b>Model</b>			
1	Saya menggunakan <i>fashion</i> sebagai cara untuk mengekspresikan kepribadian saya	3,32	Cukup setuju
2	Pilihan <i>fashion</i> saya mencerminkan siapa saya sebagai individu	3,96	Setuju
3	Saya merasa <i>fashion</i> adalah cara yang efektif untuk menunjukkan identitas saya	3,84	Setuju
<b>Rata-rata nilai kategori model</b>		<b>3,70</b>	<b>Setuju</b>
<b><i>Fashion yang mengikuti trend</i></b>			
4	Saya berusaha untuk selalu mengikuti <i>trend fashion</i> terbaru	3,82	<b>Setuju</b>

No	Pernyataan	Skor	Kriteria
		Rata-rata	Penafsiran
5	Saya merasa penting untuk memiliki gaya berpakaian yang <i>up-to-date</i> dengan perkembangan zaman	3,70	Setuju
6	Saya sering mencari inspirasi <i>fashion</i> dari media sosial	4,10	Setuju
<b>Rata-rata nilai kategori <i>Fashion</i></b>		<b>3,87</b>	<b>Setuju</b>
<b>Desain Fashion</b>			
7	Saya lebih suka memilih pakaian yang dapat diterima dan dikenakan oleh berbagai kalangan	3,82	Setuju
8	Saya merasa nyaman mengenakan <i>fashion</i> yang cocok untuk berbagai situasi dan kelompok sosial	4,00	Setuju
9	Saya memilih desain <i>fashion</i> yang sesuai untuk semua acara sosial	4,06	Setuju
<b>Rata-rata nilai kategori desain <i>fashion</i></b>		<b>3,96</b>	<b>Setuju</b>

### Model Sebagai Pengekspresian Diri

Salah satu daya tarik bagi konsumen adalah model yang sesuai dengan preferensi individu. Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda, sehingga model yang dipilih pun beragam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan rata-rata nilai 3,70 pada indikator model, yang tergolong dalam kategori setuju mengikuti kelompok sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen merasa model pakaian yang dipilih sesuai dengan keinginan mereka dan mencerminkan kepribadian masing-masing.

### ***Fashion Yang Mengikuti Trend***

Setiap perkembangan fashion dapat menarik perhatian siapa saja yang memperhatikannya, dan akan dianggap modis jika mengikuti tren terkini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan nilai rata-rata 3,87 untuk indikator model, yang masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap fashion yang mengikuti perkembangan zaman sebagai sesuatu yang menarik dan sesuai dengan tren saat ini.

### ***Desain Fashion Yang Diterima Semua Kalangan***

Fashion bermerek kini populer di berbagai kalangan, terutama di kalangan remaja yang sangat memperhatikan penampilan untuk tetap terlihat trendy seiring berjalannya waktu. Penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan nilai rata-rata 3,96 untuk indikator model, yang termasuk dalam kategori baik. Ini menunjukkan bahwa desain fashion yang diterima luas, terutama di kalangan remaja, dianggap sangat positif dan sesuai dengan standar tren saat ini.

Komunikasi non-verbal adalah komponen penting dalam interaksi manusia, di mana pesan disampaikan tanpa kata-kata. Proses ini mencakup bahasa tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, dan penggunaan ruang. Mereka mengungkapkan bahwa komunikasi non-verbal sering memberikan konteks tambahan yang membantu memperjelas atau bahkan memodifikasi pesan verbal. Dengan kata lain, komunikasi non-verbal dapat menambah makna atau mengubah interpretasi dari kata-kata yang diucapkan. Warna, bentuk, dan jenis busana digunakan sebagai simbol untuk menunjukkan fenomena sosial yang terlihat melalui fashion (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2021).

## **KESIMPULAN**

Pemilihan gaya berpakaian berfungsi sebagai pesan non-verbal yang menyampaikan informasi tentang identitas, status sosial, dan kepribadian seseorang. Melalui pilihan

pakaian, individu dapat menunjukkan rasa percaya diri, mengikuti tren, atau mengekspresikan diri sesuai dengan nilai-nilai dan norma sosial yang mereka anut. Gaya berpakaian mencerminkan bagaimana seseorang ingin dipersepsikan oleh orang lain dan berperan dalam komunikasi sosial tanpa kata-kata.

## REFERENSI

- Ariyanto, R. (2020). *Tren Fashion dan Ekspresi Diri dalam Konteks Sosial*. Jakarta: Penerbit Moda.
- Arsita, T. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Trend Fashion di Kalangan Masyarakat. . *Journal of Fashion and Lifestyle*, 10(2), 45-58.
- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2021). *Nonverbal Communication*. USA: Pearson.
- Cahayani, W. A., & Rahayu, I. D. (2021). *Batik histologi: ekspresi culturepreneurship kedokteran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Daniella, M., Handayani, R., & Julia, F. (2020). Peran Fashion Designer Dalam Perkembangan Industri Fashion Dan Tekstil Pada Masa Revolusi 4.0. *Dalam Seminar Nasional Envisi 2020: Industri Kreatif*.
- Hadijah, R. (2014). Peran Fashion dalam Membangun Identitas Sosial Konsumen. . *Indonesian Journal of Fashion and Culture*, 7(1), 22-35.
- Haq, A. (2022). Trend Fashion dan Gaya Hidup Masyarakat Modern. *Journal of Social Fashion*, 9(3), 13-29.
- Munthe, R. (2021). Pengaruh Trend Fashion Terhadap Kebahagiaan Konsumen. *Psychology of Fashion*, 4(2), 110-119.
- Pratamartatama, W. A., Fredline, R. A., & Djunaidi, M. L. (2024). Pengaruh Budaya Asing Terhadap Trend Fashion Mahasiswa Maranatha. *MULTIPLE: Jurnal Global dan Multidisiplin*, 2(2), 1178-1189.
- Rahayu, M. (2020). Pakaian Sebagai Lambang Jiwa dan Ekspresi Diri. . *Cultural Studies Journal*, 15(2), 58-73.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.