

**DI ISI OLEH DOSEN YANG BERSANGKUTAN**

Kepada Yth.  
Ketua Jurusan/Bagian Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro  
Semarang

Dengan ini saya mohon agar karya ilmiah terlampir dinilai. Untuk penilaian tersebut, saya sampaikan informasi dan usul sebagai berikut :

Nama : Dr.Dra. Sri Budi Lestari, S.U  
Judul : Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa (C7)

**KATEGORI KARYA ILMIAH**

- Hasil Penelitian yang dipublikasikan :
- Hasil Penelitian yang Tidak Dipublikasikan
- Hasil Pemikiran
- Menerjemahkan/Menyadur Buku Ilmiah
- Hasil Rancangan dan Karya Teknologi yang Dipatenkan

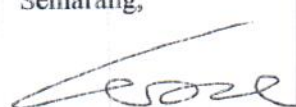
**DALAM BENTUK :**

- Monografi
- Buku Referensi
- Majalah Ilmiah Internasional
- Majalah Ilmiah Nasional Terakreditasi
- Majalah Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi
- Disajikan melalui Seminar Internasional
- Disajikan melalui Seminar Nasional
- Poster melalui Seminar Internasional
- Poster melalui Seminar Nasional
- Lap. Penelitian di Perpustakaan

**PERAN SERTA DALAM KARYA ILMIAH :**

Saya sebagai :  Penulis Utama  
 Penulis Pendamping  
 Peran rekan lain :  Tidak ada  Ada  
 Nama : \_\_\_\_\_  
 Nama : \_\_\_\_\_ Nama : \_\_\_\_\_  
 Nama : \_\_\_\_\_ Nama : \_\_\_\_\_

Untuk karya ilmiah tersebut di atas.

Saya mengusulkan nilai :   
 Semarang,  
  
 Dr.Dra. Sri Budi Lestari, S.U  
 NIP195505221980032009

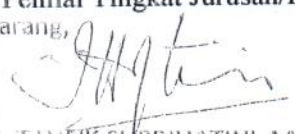
**DIISI OLEH TPTJ/TPTB**

Berdasarkan pra penelitian TPTJ/TPTB  
maka TPTJ/TPTB sepakat memberikan nilai :

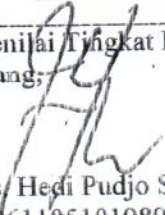
**DIISI OLEH TPTF**

TPTF sepakat memberikan nilai :

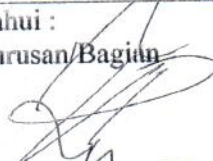
Tim Penilai Tingkat Jurusan/Bagian  
Semarang,

  
 Dra. TAUFIK SUPRIHATINI, M.Si  
 NIP.195303021980032001

Tim Penilai Tingkat Fakultas  
Semarang,

  
 Dr.Drs/ Hedi Pudjo Santosa, M.Si  
 NIP.1961105101989021002

Mengetahui :  
Ketua Jurusan/Bagian

  
 Triyono Lukmantoro, S.Sos, M.Si  
 NIP.197012111998021001

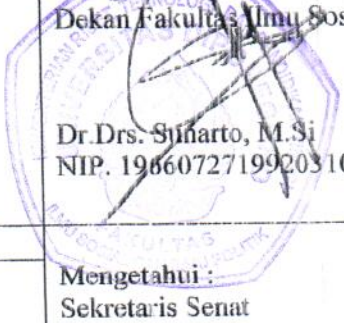
Mengetahui :  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
 Dr.Drs. Sunarto, M.Si  
 NIP. 196607271992031001

**DIISI OLEH TPTU**

TPTU MEMBERIKAN NILAI :

Mengetahui :  
Sekretaris Senat

  
 Prof.Dr. Ir. Sunarso, MS  
 NIP.19520520 1980031002

**LEMBAR  
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW  
KARYA ILMIAH : BUKU**

Judul Buku : Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Di Kalangan Mahasiswa ( B )

Penulis Buku : Dr.Dra.Sri Budi Lestari,S.U

Identitas Buku : a. ISBN : Nomor 978-602-8024-10-3  
b. Edisi : Cetakan ke- 1  
c. Tahun terbit : 2014  
d. Penerbit : UMN Press  
e. Jumlah halaman : 13 halaman

Kategori Publikasi Karya Ilmiah Buku (beri ✓ pada kategori yang tepat) :  Buku Referensi  
 Buku Monograf

Hasil Penilaian Peer Review :

| Komponen Yang Dinilai .....5)                                     | Nilai Maksimal Buku ..... 6) |                | Nilai Yang Diperoleh ..... 7) |
|---|------------------------------|----------------|-------------------------------|
|   | Referensi<br>40              | Monograf<br>20 |                               |
| a. Kelengkapan unsur isi buku (20%)                               | 8                            | 4              | 3.5                           |
| b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)                   | 12                           | 6              | 5.8                           |
| c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%) | 12                           | 6              | 5.8                           |
| d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (20%)                  | 8                            | 4              | 3.8                           |
| <b>Total = (100%)</b>   | <b>40</b>                    | <b>20</b>      | <b>18.9</b>                   |
| <b>14 Penulis</b>   |                              |                |                               |

Artikel hasil penelitian mengenai unsur & isi, kedalaman, metode, dan kualitas penulisan.

Semarang, 2015

Reviewer 1



Dr.Drs.Turnomo Rahardjo, M.Si  
NIP 196010301987031001  
Unit kerja : FISIP UNDIP

**LEMBAR  
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW  
KARYA ILMIAH : BUKU**

Judul Buku : Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Di Kalangan Mahasiswa ( B )

Penulis Buku : Dr.Dra.*Sri Budi Lestari,S.U*

Identitas Buku : a. ISBN : Nomor 978-602-8024-10-3  
b. Edisi : Cetakan ke- 1  
c. Tahun terbit : 2014  
d. Penerbit : UMN Press  
e. Jumlah halaman : 13 halaman

Kategori Publikasi Karya Ilmiah Buku (beri ✓ pada kategori yang tepat) :  Buku Referensi  
 Buku Monograf

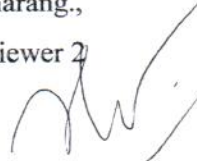
Hasil Penilaian Peer Review :

| Komponen Yang Dinilai .....5)                                     | Nilai Maksimal Buku ..... 6) |                | Nilai Yang Diperoleh ..... 7) |
|---|------------------------------|----------------|-------------------------------|
|   | Referensi<br>40              | Monograf<br>20 |                               |
| a. Kelengkapan unsur isi buku (20%)                               | 8                            | 4              | 3.6                           |
| b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)                   | 12                           | 6              | 5.7                           |
| c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%) | 12                           | 6              | 5.5                           |
| d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (20%)                  | 8                            | 4              | 3.8                           |
| <b>Total = (100%)</b>   | <b>40</b>                    | <b>20</b>      | <b>18.6</b>                   |
| <b>14 Penulis</b>   |                              |                |                               |

Artikel sudah meneliti unsur-unsur yg di per lukan

Semarang., 2015

Reviewer 2



Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, M.Si  
NIP 197507231998022001  
Unit kerja : FISIP UNDIP

**LEMBAR  
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW  
KARYA ILMIAH : BUKU**

Judul Buku : Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Di Kalangan Mahasiswa ( B )

Penulis Buku : Dr.Dra.Sri Budi Lestari,S.U

Identitas Buku : a. ISBN : Nomor 978-602-8024-10-3  
b. Edisi : Cetakan ke- 1  
c. Tahun terbit : 2014  
d. Penerbit : UMN Press  
e. Jumlah halaman : 13 halaman

Kategori Publikasi Karya Ilmiah Buku (beri ✓ pada kategori yang tepat) :  Buku Referensi  
 Buku Monograf

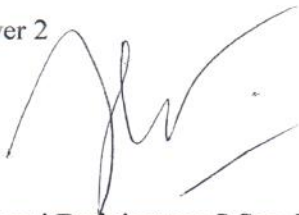
Hasil Penilaian Peer Review :

| Komponen Yang Dinilai .....5)                                     | Nilai Reviewer..... 6) |             | Nilai Rata-rata ..... 7) |
|---|------------------------|-------------|--------------------------|
|   | Reviewer I             | Reviewer II |                          |
| a. Kelengkapan unsur isi buku (20%)                               | 3,5                    | 5,6         | 3,55                     |
| b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)                   | 5,8                    | 5,7         | 5,75                     |
| c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%) | 5,8                    | 5,5         | 5,65                     |
| d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (20%)                  | 3,8                    | 3,8         | 3,8                      |
| <b>Total = (100%)</b>   | <b>18,9</b>            | <b>18,6</b> | <b>18,75</b>             |
| <b>14 penulis</b>   |                        |             |                          |

Catatan Penilaian Reviewer Artikel sudah memenuhi unsur-unsur yg diperlukan

Semarang, 2015

Reviewer 2



Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, M.Si  
NIP 197507231998022001  
Unit kerja : FISIP UNDIP

Reviewer 1



Dr. Drs.Turnomo Rahardjo, M.Si  
NIP 196010301987031001  
Unit kerja : FISIP UNDIP

ISBN: 978-602-00411-1

**PERAN DAN KONTRIBUSI  
DALAM KOMUNIKASI  
KAJIAN KOMUNITAS ASEAN  
ERA KOMUNITAS**



**BUDAYA, MAKNA,  
DAN REPRESENTASI**



Universitas Multimedia Nusantara  
Scientia Garden Jl. Boulevard Gading Serpong, Tangerang  
Telp. (021) 5422 0808 | Fax. (021) 5422 0800



## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| <b>Kata Pengantar</b>   |     |
| <b>Daftar Isi</b>   |     |
| “ <i>Seba</i> ”, Tradisi Lisan dan Media Komunikasi Budaya Masyarakat Baduy<br><i>Romy Yudhi Septia Priana</i> .....  | 1   |
| Representasi Identitas Etnik dalam Penggunaan Alih Kode dan Campur Kode<br>(Studi Komunikasi Antar Budaya pada Masyarakat Keturunan Tionghoa-Sunda di Ciamis, Jawa Barat)<br><i>Nathalia Perdhani Scemantri</i> ..... | 23  |
| Makna Prosesi Acara Suap-Suapan dan Cacap-Cacapan (Studi Komunikasi Antarbudaya pada Pernikahan Adat Palembang, Sumatera Selatan)<br><i>Aprilyanti Pratiwi</i> .....  | 45  |
| Pemaknaan Anak-Anak Perempuan terhadap Kode Feminin pada Film <i>Princess Frozen Disney</i><br><i>Hapsari Dwiningtyas Sulistyani</i> .....  | 71  |
| Pemaknaan Sensualitas Tubuh Laki-Laki Pada Media Massa (Studi Resepsi Pembaca Perempuan Rubrik <i>Man Manual</i> Majalah <i>Cosmopolitan</i> Indonesia)<br><i>Santi Isnaini</i> .....                                 | 96  |
| Imperialisme Budaya Barat pada Pernikahan <i>Public Figure</i> di Indonesia<br><i>Wiratri Anindhita</i> .....   | 120 |
| Kajian Bentuk Dan Makna Simbolik Gambar Dinding Padepokan Komunitas Suku Dayak Bunni Segandu Indramayu<br><i>Asep Deni Iskandar</i> .....   | 168 |
| Interpretasi Perempuan Muslim mengenai Hijab melalui Film “Hijab”<br>(Studi Resepsi pada Blogger Perempuan)<br><i>Shinta Galuh Tyssa dan Iwva R. Zarkasi</i> .....  | 195 |
| Identitas Komunitas Urantia<br>(Studi Fenomenologi Pada Komunitas Pembaca Buku Urantia Di Indonesia)<br><i>Betty Tresnawaty</i> .....   | 219 |
| Identitas Diri Melalui Foto Makanan di <i>Instagram</i><br><i>Wayan Weda Asmara Dewi dan Fitriya Avicenna</i> .....   | 234 |
| Violent Culture by Islamic Defenders Front through Online Media towards Identity Projection of Indonesian Muslim Groups<br><i>Lestari Nurhayati</i> .....   | 257 |
| Fashion Komunitas Penggemar Vespa Gembel Sebagai Media Komunikasi di Masyarakat Bangkalan Madura<br><i>Teguh Hidayatul Rachmad</i> .....  | 272 |
| <i>Fashion</i> Sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa<br><i>Sri Budi Lestari</i> .....   | 304 |
| Eksplorasi Seksualitas dalam Koreografi di <i>Korean Pop Music Video</i><br>(Studi Semiotika Pada ‘Marionette’ Dan ‘A.D.T.O.Y’)<br><i>Lusia Sawitri Setyo Utami</i> .....   | 327 |

## FASHION SEBAGAI KOMUNIKASI

### IDENTITAS

## SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA

Sri Budi Lestari

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro

lestarisam@yahoo.co.id

### Abstrak

Fashion menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari penampilan dan gaya keseharian, baju dan aksesoris pencucuk menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. Fashion juga meliputi benda-benda fungsional lain yang dipadukan dengan unsur-unsur desain mampu mendorong penampilan si pemakai. Di dalam sebuah fashion, ada nilai-nilai yang ingin dikomunikasikan melalui apa yang ditampilkan. Fashion merupakan sebuah bentuk dari ekspresi individualistik, cara yang digunakan beberapa keunikannya. Studi ini mendeskripsikan dan menyatakan beberapa keunikannya. Studi ini mendeskripsikan interpretasi makna *fashion* sebagai komunikasi identitas sosial di kalangan mahasiswa, mengingat mahasiswa adalah kalangan yang relatif banyak berinteraksi dengan fashion.

Penelitian dengan paradigma interpretif yang bersifat deskriptif kualitatif menemukan hal-hal sebagai berikut: fashion dapat diidentifikasi dengan bahasa tubuh, sebagai bentuk komunikasi non verbal melalui penampilan seseorang. Bagi seorang perempuan, fashion termasuk salah satu upaya mengkomunikasikan jati dirinya. Fashion mengacu pada suatu penampilan yang menunjukkan identitas seseorang, dan bukan sekedar kebutuhan. Jika mengacu pada kebutuhan, maka orientasinya lebih pada kebutuhan untuk ditampilkan pada orang lain. Sedangkan jika penampilan dikomunikasikan secara rutin dan konstan, maka akan terbentuklah identitas. Fashion sebagai identitas sosial sangat terkait dengan status sosial seseorang, disaat status sosial seseorang berubah, maka akan terjadi perubahan pula pada identitasnya. Sementara bagi mahasiswa fashion lebih dipandang sebagai suatu cara untuk mengkomunikasikan identitas

status mereka. Yang terkait oleh adanya regulasi aturan "moral" kolektif sebagai masyarakat "ilmiah".

Kata kunci: fashion, identitas sosial, status

### Pendahuluan

Berbusana merupakan hal yang tidak akan pernah lepas dari perhatian setiap individu, karena hal ini bisa menjadi penilaian tersendiri dari orang lain terhadap karakter masing-masing individu tersebut. Dahulu busana merupakan kebutuhan, namun seiring berkembangnya jaman, busana tidak lagi sekedar pemenuhan kebutuhan, akan tetapi juga menjadi sebuah kehendak dalam memenuhi citarasa si pemakai.

Berbicara tentang busana sesungguhnya berbicara tentang sesuatu yang sangat erat dengan diri kita. Tidak mengherankan jika dalam pernyataan Thomas Carlyle Barnard:2007:vi) dikatakan bahwa pakaian menjadi 'perlambang jiwa' (*emblems of the soul*), sementara dari buku yang sama menyitir pendapat Umberto Eco yang menyatakan "*I speak through my clothes*" (aku berbicara lewat busanaku). Berbusana bisa menunjukkan siapa pemakainya serta mampu menyatakan tentang diri pemakainya. Melalui busananya seseorang dapat menampilkan pesan, sekaligus menyingkap identitas sebagai personal maupun identitas kelompok. Persoalan berbusana sebagai identitas merupakan bentuk dialektika sosial dalam mengartikulasikan realitas. Busana menyampaikan pesan dan merupakan pencitraan untuk menegaskan berbagai fungsi-fungsi sosial dalam transformasi sosial. Selain itu, busana juga berfungsi untuk menyatakan status sosial dan standarisasi norma melalui pengunaannya. Memilih busana dalam ruang-ruang tertentu, rumah, kantor, atau kampus merupakan bentuk *sense of*

*fashion* tanpa menampilkan fungsi sosial lain semacam kesepakatan aturan atau norma. Untuk konteks masyarakat multikulturalis semacam Indonesia, penggunaan busana sangat membantu dalam mengidentifikasi asal-usul, selera, hingga pekerjaan seseorang.

Dalam perkembangannya busana menjadi bagian penting untuk mencirikan kecenderungan pandangan zaman. Idi Subandi dalam bukunya *Budaya Populer sebagai Komunikasi* (2007:243) mendikotomikan tahapan-tahapan perkembangan masyarakat dalam mengidentifikasi *fashion* sebagai konstruksi identitas, yakni masyarakat tradisional, modern, dan pasca-modern. Tahapan yang pertama, masyarakat tradisional (pramodern) dianggap memiliki kode-kode kemewahan yang relatif tetap, sehingga busana dan penampilan seseorang akan langsung mendenotasikan kelas sosial, profesi, dan status seseorang. Kedua, masyarakat modern telah mengurangi kode-kode fashion yang kaku, menawarkan kemungkinan baru dalam mengonstruksi identitas personal seseorang. Masyarakat modern memungkinkan bagi para individu untuk menghasilkan dalam batas-batas tertentu identitas mereka sendiri dan berimplikasi pada apa yang kita sebut sebagai 'krisis identitas'. Sebab dalam masyarakat modern, *fashion* dianggap sebagai identitas seseorang yang sangat menentukan bagaimana penerimaan masyarakat terhadap individu pengguna *fashion*. Modernitas menganggap *fashion* sebagai ciri penting yang terus mengalami inovasi dengan penghancuran yang lama dan mengganti dengan yang baru. *Fashion* dan modernitas jalan beringan untuk menghasilkan pribadi-pribadi modern yang secara konstan terus mencari identitas diri mereka melalui gaya, busana, sipat, dan gaya *trendy* sebagai wujud kemajuan serta menjadikan individu seniannya merasa cemas jika tak sanggup mengikuti mobilitas

jaman.

Ketiga masyarakat pascamodern, mempermasalahkan soal identitas dan fashion. Pascamodern menganggap identitas sangat tidak stabil dan rapuh, tidak lebih dari sekadar mitos dan ilusi. Masyarakat kini juga menganggap *fashion* tak lebih dari aktivitas konsumsi, kecenderungan berhasrat untuk memiliki sebagai tanda matinya identitas. Jacques Lacan menyebut gejala ini tak lebih sebagai *sense of identity*, sebuah gejala untuk memiliki bukan karena "kegandrungan" atau pilihan sadar, melainkan karena telah menjadi *trendsetter* atau karena dimiliki orang lain. *Fashion* telah menjadi bahan konsumsi, sarana untuk memanjakan batin dengan menikmati benda-benda komersil. Pada fase ini, penggunaan *fashion* menjadi multi-tafsir, antara identitas-*trendsetter*-atau topeng kebohongan. Pernyataan ini membawa pada fungsi komunikasi dari busana yang dikenakan dalam kehidupan sehari-hari baik dalam suasana formal maupun non formal. Busana memiliki fungsi komunikatif, tepatnya komunikasi artifaktual (*artifactual communication*) yang memberikan penceritaan terhadap personalitas. Gagasan ini relevan dengan ungkapan Thomas Carlyle yang menyebutkan busana sebagai perlawanan jiwa (*emblems of the soul*). Busana, kostum, serta dandanan adalah bentuk komunikasi artifaktual (*artifactual communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung melalui busana dan penataan berbagai artefak, seperti busana itu sendiri, dandanan, barang perhiasan, kancing baju, bahkan furnitur di rumah serta penataannya, ataupun dekorasi ruang. Karena *fashion*, atau busana menyampaikan pesan-pesan non verbal, ia termasuk komunikasi non verbal (Idi Subandy, 2007 : vii). *Fashion* membuat setiap individu dapat mengekspresikan apa yang sedang dirasakan



melalui pilihan warna, corak ataupun model yang digunakan, karena *fashion* dipandang memiliki suatu fungsi komunikatif. Dengar demikian, apakah *fashion* dan busana dapat diperlakukan analog dengan bahasa lisan dan tertulis?

Mengutip kembali pernyataan Umberto Eco dalam Barnard (2007:39) tentang 'berticara melalui busana, yang dia maksudkan bahwa busana digunakan untuk melakukan apa yang dilakukan dengan menggunakan kata-kata lisan dalam konteks lain. Sementara pada sumber yang sama Lurie dalam 'The Language of Clothes' menunjukkan keyakinannya bahwa busana sama dengan kata-kata bahkan mungkin bisa dikombinasikan menjadi kalimat. Dalam pandangannya, bahasa terdiri atas kata-kata, tata bahasa dan sintaksis; bahasalah satu-satunya sarana untuk mengekspresikan konsep dan makna (2007:40).

*Fashion* dan busana memiliki beberapa kekuatan yang langsung untuk diketahui umum. Bisa dibenarkan secara intuitif untuk menyatakan bahwa seseorang mengirim pesan tentang dirinya sendiri melalui *fashion* dan busana yang dikenakannya. Berdasarkan pengalaman sehari-hari busana dipilih sesuai dengan apa yang akan dilakukan seseorang pada saat itu, bagaimana suasana hatinya, siapa yang akan ditemui dan seterusnya, kesemuanya menegaskan pandangan bahwa *fashion* dan busana dipergunakan untuk mengirim pesan tentang diri seseorang pada orang lain.

*Fashion* dan busana seringkali juga digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau status seseorang, dimana orang seringkali membuat penilaian terhadap nilai sosial atau status orang lain berdasarkan apa yang dipakai orang tersebut.

Pemakaian yang terurai di atas untuk konteks kampus menjadi sangat menarik untuk dikaji. Kampus menjadi ruang

sosial multi-identitas dalam pandangan modernitas, dimana penguatan dan perebutan makna terjadi untuk merebut dominasi atas busana. Gambaran ini dapat kita lihat dari penggunaan busana tiap kelompok hirarkis maupun kelompok ideologis dalam institusi semacam kampus. Untuk konteks kelompok hirarkis, perbedaan *fashion* dapat didikotomikan antara birokrasi kampus, dosen, asisten dosen, pegawai administratif, pegawai suruhan, hingga mahasiswa. Dikotomi kelompok hirarki itu pun masih dapat dibagi lagi dalam kelompok ideologis dalam tubuh masing-masing tingkatan, yakni antara yang moderat, konservatif, liberal, ataupun yang *trandi*. Kesemuanya langsung maupun tidak langsung menegaskan identitas. Posisi inilah yang kadang membuat suatu posisi ironi, diematis, dan memaksa penggunaan topeng busana bagi hirarki paling bawah.

Kompleksnya dinamika pemikiran dalam kampus dan regulasi berbelit menimbulkan satu perspektif yang cukup riskan dalam menempatkan busana sebagai identitas. Sebagian orang memandang bahwa busana adalah cerminan identitas, sebagian lagi memandang busana sebagai penutup tubuh semata sehingga tak perlu "penyeragaman" dalam penggunaan busana di ruang akademik. Perspektif yang pertama umumnya ditekankan dalam regulasi aturan "moral" kolektif sebagai masyarakat "ilmiah", berujung pada pandangan tentang kriteria kerapian atau kerapian sebagai identitas intelektual. Baju kemeja, celana panjang (apalagi kain), rambut pendek bagi laki-laki, berjilbab (bagi muslimah), bersepatu (apalagi polos atau kulit) merupakan citra personal berrisi ke depan dan memenuhi kriteria seorang intelektual. Lain halnya dengan yang awut-awutan, kaos oblong, jeans, sandal jepit, dan rambut gondrong dicitrakan sebagai mahasiswa nakal dan tak

memenuhi kriteria sebagai seorang intelektual. Tanpa memenuhi kriteria itu atau dengan kata lain menolak regulasi tersebut juga berarti bersiap untuk disubordinasikan dan ditolak secara moral maupun institusional.

Aturan akademik, perburuan citra, hingga pilihan busana mau tidak mau saling membentuk suatu identitas busana baru hasil perkawinan berbagai motif mode. Umumnya yang dapat diikuti adalah *fashion* yang sementara *trend* dan pakaiannya kriteria intelektual simbolik kampus. Pilihan ini juga menjadi efektif bagi penikmat gaya hidup hedon untuk tetap mengikuti aturan seraya mempertahankan eksistensinya. Bahkan terdapat juga aktivis yang begitu gandrung melekatkan slogan yang berbau perlawanan lewat tekstur gambar di pakaiannya sebagai pencitraan untuk mewakili spirit tokoh atau slogan motif gambar tertentu dari pakaiannya yang digunakan. Secara sederhana, kampus adalah pasar tempat perebutan identitas citra, ruang perebutan dominasi antar mode.

### Tinjauan Pustaka

Dalam “*Dress and Identity in British Literary Culture, 1870-1914*” (*Victorian Studies* Vol.54, NO. 3 hlm. 182) Rosy Aindow menulis tentang *fashion* dan sastra di akhir abad kesembilan belas dan awal abad kedua puluh bertujuan untuk menyelidiki “Status baru busana sebagai komoditas modis” diawali dengan diskusi teoritis yang menyelururi tentang peran yang dimainkan oleh busana. Menurutnya modernisasi industri *fashion* diawali sejak munculnya mesin jahit sampai maraknya busana siap pakai yang disebutnya sebagai teknologi *Victoria*, yang kemudian memunculkan *department store*, industri periklanan, dan majalah *fashion*. Pada tiga bab bukunya Aindow membahas hubungan

antara pakaian, jenis kelamin dan kelas, yang dikaitkan dengan masalah-masalah moralitas, kehormatan, dan mobilitas sosial. Kehormatan, dan mobilitas sosial.

Mode menjadi jendala untuk bisa meneliti budaya. *Fashion* (termasuk pakaian, perhiasan dan modifikasi tubuh) secara visual dapat mewujudkan ide-ide penting dan konsep dasar untuk budaya; apapun *fashion* yang berlaku adalah kategori budaya untuk menentukan konsepsi tertentu atas realitas. Kategori seperti usia, jenis kelamin, kasta etnis dan agama merupakan bantuan untuk menentukan status sosial seseorang dan terlihat ketika budaya ditampilkan dalam bentuk *fashion* yang menonjol dalam dunia yang semakin global saat ini.

Diana Cranes dalam *fashion and its social agendas: class, gender and identity in clothing* (University of Chicago Press, 2000: 294), menggunakan *fashion* sebagai lensa yang dieksplorasi keterkaitannya dengan kelas, gender dan identitas di Eropa dan Amerika dari abad kesembilan belas hingga saat ini. Para ahli sosiologi terdahulu (Simmel, Veblen) memfokuskan *fashion* sebagai fenomena kelas atas dimana mode berasal dari elit sosial tersebut yang kemudian ditiru oleh lapisan sosial dibawahnya. Sehingga dalam abad kesembilan belas *fashion* hanya menonjol untuk kelas atas dan telah memegang kekuasaan selama bertahun-tahun.

*Fashion* sebagai bentuk budaya material sangat cocok untuk mengekspresikan hubungan antara nilai-nilai pribadi dengan persepsi diri; *fashion* mempengaruhi dan mencerminkan persepsi diri karena sebagai objek material, terjadi kontak langsung dengan tubuh serta bertindak sebagai filter antara individu dan dunia sosial sekitarnya (Derek & Bovone, 2006) dalam *Fashion, Gender and*

*Social Identity* tulisan Zoi Arvanitidou.

Dalam tulisan yang sama juga dikatakan bahwa setiap orang saat berinteraksi dengan orang lain akan menyeleksi pakaian sesuai dengan peran yang ingin dia tampilkan saat itu. Meski setiap individu bebas memilih sesuai yang akan ditampilkan, disitulah menjadi penentu apakah seseorang akan diterima atau tidak oleh lingkungan sosialnya. Berpakaian adalah cara penting dan terkendali untuk mengkomunikasikan nilai-nilai seseorang, terutama kaya konsekuensi emosional dan psikososial.

Sebagaimana sifat publik yang secara langsung akan melihat bahwa berpakaian menjadi arena yang ideal untuk mempelajari nilai pemakainya, yakni sebagai penghubung antara nilai-nilai dan pakaian yang dikenakan seseorang; oleh karena gaya pakaian adalah kombinasi dari ekspresi pribadi dan aturan-aturan sosial.

Berpakaian dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dominan, sikap sosial, status sosial ekonomi, status hidup, dan beberapa keadaan dimana orang ingin untuk menampilkan serta mengenalkan diri mereka. Pakaian berkomunikasi secara simbolis tentang identitas sosial, yaitu bagaimana seseorang ingin dan berusaha untuk tampil dalam masyarakat (Davis, 1985) dalam *Fashion, Gender and Social Identity* tulisan Zoi Arvanitidou.

Berbicara mengenai *fashion*, sepiintas adalah mengenai pakaian atau busana. Sedangkan berbicara tentang pakaian adalah berbicara mengenai sesuatu yang sangat dekat dengan diri kita. Seperti yang di kutip oleh Idi Subandi Ibrahim (peneliti media dan kebudayaan pop dalam pengantar buku Malcolm Barnard, *fashion dan komunikasi: 2007*): Thomas Carlyle mengatakan, "pakaian adalah pertimbang jiwa". Masih menurut Idi: "pakaian tak bisa

di pisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia"

Studi tentang *fashion* bukan hanya tentang pakaian, tapi juga peran dan makna pakaian dalam tindakan sosial. Dengan kata lain, *fashion* bisa di metaforakan sebagai kulit sosial. Yang tertentu yang adalah suatu bagian dari kehidupan sosial. Di samping itu *fashion* juga mengekspresikan suatu identitas tertentu. Pakaian adalah salah satu dari seluruh rentang penandaan yang paling jelas dari penampilan luar, yang dengannya seseorang menempatkan diri mereka terpisah dari orang lain, yang selanjutnya berkembang menjadi identitas suatu kelompok tertentu. Hasil wawancara dengan sejumlah mahasiswa putri tentang perkembangan trend *fashion* saat ini, khususnya trend mode dikalangan mahasiswa mereka mengatakan bahwa: "perkembangan trend busana mahasiswa putri saat ini lebih mengarah pada penggunaan mode busana yang sedang trend pada saat sekarang ini. Hal ini dapat dilihat dari setiap aktivitas mahasiswa pada saat mereka mengikuti proses perkuliahan, pakaian-pakaian ketat (*press body*) lebih dominan mengiliasi lingkungan kampus".

Gambaran diatas sesuai dengan pernyataan yang mengatakan bahwa *fashion* merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang dapat dicoba, dipertahankan, atau ditinggalkan (Piliang, 2004: 306). Kecenderungan pada trend busana baru lebih dimotivasi oleh sebuah pemikiran bagaimana mengekspresikan diri lewat pakaian yang mereka pakai"

Malcolm Barnard dalam bukunya 'Fashion sebagai komunikasi', memulai pengertiannya mengenai *fashion* dengan mengacu pada Oxford English Dictionary (OED). Menurut

Malcolm: "Etimologi kata ini terkait dengan bahasa latin, *Factio*, yang artinya membuat". Karena itu, arti asli *fashion* adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan. *Fashion* adalah salah satu cara bagi suatu kelompok untuk mengidentifikasi dan membentuk dirinya sendiri sebagai suatu kelompok. Begitu suatu masyarakat muncul, *fashion* pun muncul; *fashion* biasanya mengomunikasikan atau memiliki kekuatan yang diketahui secara umum. Dari sini ada beberapa hal yang bisa dipahami. Misalnya orang yang mengenakan potongan rambut cepak, kaca mata besar, jeans levi's, baju polos atau bergaris dan sepatu boot berhak tinggi Doctor Martin menunjukkan orang itu adalah anggota *skinhead*. Kata Malcolm," dalam hal ini seorang individu awalnya bukanlah *skinhead* tapi baju baju itulah yang membentuk dirinya sebagai *skinhead*" (orang muda dengan rambut cepak, sering dianggap sebagai agresif, kekerasan, dan rasis, dan memiliki kecenderungan neo-Nazi)

Menurut Simmel Georg, David Frisby, Mike Featherstone dalam bukunya Georg Simmel berpendapat bahwa terdapat dua kecenderungan sosial yang penting dalam membentuk *fashion*; bila salah satu kecenderungan itu hilang maka *fashion* tak akan terbentuk (2002: xix) Kecenderungan yang pertama adalah kebutuhan untuk menyatu dan yang kedua adalah kebutuhan untuk terisolasi. Menurut Simmel: individu haruslah memiliki hasrat untuk menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar, masyarakat dan individu juga harus memiliki hasrat menjadi sesuatu yang terlepas dari bagian itu. Manusia rupanya perlu untuk menjadi sosial dan individual pada saat yang sama, dan *fashion* serta pakaian merupakan cara bagi hal itu di negosiasikan. 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. (2000:187)

Dalam *Dictionary of media and Communication* (2009:153) Identitas merupakan kepribadian yang berbeda dari seorang individu dan dianggap sebagai suatu entitas yang tetap. Identitas juga bisa diartikan sebagai karakteristik individu dimana ciri-ciri orang tersebut diakui atau sudah dikenal sebelumnya. Mengacu pada dua pengertian tersebut, identitas dalam penelitian ini merupakan kepribadian seorang individu yang ciri-cirinya sudah dikenal dan merupakan entitas yang tetap.

Makna pada dasarnya menjadi faktor integral dalam kehidupan masyarakat, Sementara makna menurut Malcolm Barnard (1996:46) merupakan suatu kondisi yang dibandingkan oleh adanya posisi keketasaan melalui proses komunikasi. Makna busana memiliki sejumlah tafsir yang akhirnya akan membentuk serangkaian makna yang berbeda dari makna awalnya.

Dalam *Encyclopedia of Clothing and Fashion* vol 2 (2005:34) disebutkan bahwa identitas adalah salah satu konsep yang paling menarik dan kontroversial dalam humaniora dan ilmu sosial. Mode menjadi erat terlibat dalam konstruksi dan rekonstruksi identitas, bagaimana kita mewakili kontradiksi dan diri kita sendiri dalam kehidupan kita sehari-hari. Melalui gaya penampilan (interpretasi pribadi, dan resistensi untuk *fashion*), individu mengemukakan siapa mereka dan berharap menjadi apa mereka. Selain itu, mereka mengungkapkan siapa mereka tidak ingin menjadi atau menjadi (Freitas et al., 1997) Penampilan gaya adalah metafora untuk identitas; itu adalah metafora yang kompleks yang mencakup ciri-ciri fisik (misalnya, kulit, bentuk tubuh, tekstur rambut) serta pakaian dan perawatan praktik. Karena yang terakhir sangat rentan

terhadap perubahan, mereka rentan terhadap cara berfluktuasi dan cairan pemahaman diri dalam kaitannya dengan orang lain dalam konteks perubahan mode yang lebih besar. Penampilan gaya visual mengartikulasikan beberapa identitas tumpang tindih seperti jenis kelamin, ras, etnis, sosial kelas, seksualitas, usia, identitas nasional, dan kepentingan pribadi, estetika, dan politik. Tidak semua identitas ini secara sadar hadir pada saat tertentu; daya hubungan mempengaruhi kesadaran seseorang dari satu identitas atau identitas istimewa yang lain (seperti putih, maskulinitas, heteroseksualitas) sering diambil untuk diberikan sebagai “Normal” atau “alami.” Tetapi karena identitas berpolygon dan tumpang tindih, representasi mereka jarang sederhana. dari perspektif kajian budaya, identitas tidak hanya sejarah tetapi juga masa depan: Mereka datang dari suatu tempat, mereka sangat kompleks dan kontradiktif, dan mereka memungkinkan kita untuk mengekspresikan menjadi apakah kita (Ang 2000).

Dari beberapa penelitian yang fokus pada *fashion* diatas kami berpendapat bahwa tema penelitian tersebut menarik untuk dicermati dari sisi konsumen *fashion*. Sementara hal-hal yang belum dilakukan oleh penelitian-penelitian terdahulu tentunya menjadi kelebihan tersendiri pada kajian yang kami lakukan. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini ingin diungkapkan apakah para pengguna *fashion* mengaplikasikannya sejalan dengan identitas dan status sosial mereka, dan bagaimana penaknaan mereka terhadap *fashion* yang diaplikasikan dalam busana. Makna yang dibangun oleh para informan merupakan informasi menarik tersendiri tentang penyarapan pesan non verbal melalui busana yang mereka sehari-hari.

## Metoda Penelitian

Menggunakan paradigma interpretif dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif, yakni merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Bogdan dan Taylor dalam Moleong, 2006 :4). Penelitian ini juga bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan data deskripsi dalam bentuk kata kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yang diambil melalui pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian baik perempuan maupun laki-laki yang merupakan bagian komunitas kampus FISIP Undip. Pemilihan diasumsikan mereka paham tentang *Fashion*, diamati melalui busana yang mereka kenakan sehari-hari dan jumlahnya sebanyak 6 orang.

## Hasil Penelitian

### Pemahaman serta Arti Penting *Fashion* dalam Kehidupan Informan

Uraian dalam bab ini memuat pernyataan para informan yang terdiri dari empat orang perempuan dan dua orang informan laki-laki. Mereka diamati dan dipilih sesuai dengan kriteria yang selain bagian dalam komunitas kampus juga diasumsikan paham tentang *fashion*. Mayoritas informan setelah diwawancara sepakat jika *fashion* memuat nilai-nilai yang ingin dikomunikasikan oleh seseorang melalui apa yang ditampilkan. Sehingga *fashion* bagi mereka juga merupakan sebuah bentuk ekspresi individualistik, selain dapat memberi kepuasan pada seseorang karena dapat

menampilkan sesuatu yang disukai" (inf.1). *Fashion* juga menampilkan keseluruhan busana termasuk semua asesorinya (inf.2). Melalui *fashion* dapat ditampilkan bahasa tubuh seseorang (inf.3), selain menaruh rasa percaya diri pada penampilan (inf.4) juga menampilkan ekspresi keunikan individu yang membedakannya dengan orang lain " (inf.5) sehingga *fashion* sebagai identitas 'pakem' yang diterapkan bagi diri sendiri" (inf.6)

*Fashion* ternyata memiliki sejumlah tafsir yang akhirnya akan membentuk serangkaian makna berbeda dari makna awalnya sebagaimana hal ini juga dikemukakan Barnard (2007:46) bahwa makna *fashion* merupakan hasil negosiasi orang-orang sesuai peran yang dijalankan.

Selain memiliki makna tersendiri *fashion* penting dalam kehidupan mereka. Para informan sepakat menyatakan demikian, meski alasan mereka bervariasi: "Bagi perempuan *fashion* memiliki arti penting (inf.1) bagi informan 2 "sebagai dasar terbentuknya identitas". Informan 3 menyatakan arti penting *fashion* "terkait jati diri seseorang". Sementara bagi informan 4 penting "sangat terkait naluri perempuan yang ingin selalu menjadi perhatian." Sedangkan informan 5 dan 6 yang keduanya laki-laki dalam kehidupan pribadi *fashion* merupakan suatu proses komunikasi individu dengan lingkungan dalam bentuk ekspresi individualistik penakainya.

### Proses Pemahaman Informan tentang *Fashion*

*Fashion* dipahami sebagai suatu proses komunikasi non verbal, melalui *fashion* yang ditampilkan seseorang dapat menunjukkan suasana hati ataupun sesuatu yang ingin disampaikan. Penelitian ini menemukan bahwa mayoritas informan memahami

arti *fashion* sejak usia yang relatif muda, bahkan beberapa diantaranya masih anak-anak. Sosok itu dalam keluarga sangat berperan

Proses pemahaman informan tentang *fashion*, terutama bagi informan perempuan. Meskipun awalnya itu juga berperan pada anak laki-laki, namun faktor lingkungan ternyata lebih berpengaruh bagi mereka.

### Pemahaman tentang *Fashion* sebagai Kebutuhan atau Identitas.

Bagi perempuan yang memahami *fashion* sebagai bahasa tubuh serta penampilan karena pada dasarnya perempuan ingin selalu diperhatikan. Mereka memahami *fashion* bukan sekedar kebutuhan, akan tetapi lebih pada suatu penampilan yang menunjukkan identitas seseorang. Meski tidak memungkir jika awalnya merupakan kebutuhan akan tetapi bilamana penakainya mampu menyesuaikan dengan tempat dan suasana, maka dapat menampilkan identitas bagi penakainya.

Selain identitas, busana juga cermin kepribadian penakainya. Kepribadian sangat terkait dengan identitas, jika kepribadian melibatkan ciri-ciri / watak seseorang individu yang konsisten, maka konsistensi tersebut memberikan suatu identitas khusus pada individu, sebagaimana dinyatakan dalam Koentjaraningrat (2000:102).

### Diskusi

*Fashion* memiliki fungsi komunikatif, tepatnya berbentuk komunikasi artifaktual (*artifactual communication*) yang memberikan pencitraan terhadap personalitas. Gagasan ini

relevan dengan ungkapan Thomas Carlyle yang menyebutkan busana sebagai perlambang jiwa (*emblems of the soul*). Busana menunjukkan siapa pemakainya sebagaimana yang dibahas Umberto Eco dalam bukunya Tamasya dalam Hipertrealitas, "*I speak through my clothes*" (aku berbicara lewat busanaku). Berbusana berarti menampilkan pesan, penyingskap identitas sebagai personal maupun identitas kelompok.

Persoalan berbusana sebagai identitas merupakan bentuk dialektika sosial dalam mengartikulasikan realitas. Busana menyampaikan pesan-pesan dan merupakan pencitraan untuk menegaskan berbagai fungsi-fungsi sosial dalam transformasi sosial. Selain itu, busana juga berfungsi untuk menyatakan status sosial dan stancarisasi norma melalui penggunaannya. Memilih busana dalam ruang-ruang tertentu, rumah, kantor, atau kampus merupakan bentuk *sense of fashion* tanpa menampilkan fungsi sosial lain semacam kesepakatan aturan atau norma. Untuk konteks masyarakat multikulturalis semacam Indonesia, penggunaan busana sangat membantu dalam mengidentifikasi asal-usul, selera, hingga pekerjaan seseorang. Dalam perkembangannya sendiri, *fashion* atau busana menjadi bagian penting untuk mencirikan kecenderungan pandangan zaman. Idi Subandi dalam bukunya Budaya Populer sebagai Komunikasi mendikotomikan tahapan-tahapan perkembangan masyarakat dalam mengidentifikasi *fashion* sebagai konstruksi identitas, yakni masyarakat tradisional, modern, dan pasca-modern.

Busana yang kita kenakan membuat pernyataan tentang siapa kita. Bahkan jika kita bukan tipe orang yang terlalu peduli soal busana, orang yang berusia dan berinteraksi dengan kita tetap akan menafsirkan penampilan kita seolah-olah kita sengaja membuat

suatu pesan. Pernyataan ini membawa kita pada fungsi komunikasi dari busana yang kita kenakan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam suasana formal maupun informal.

Busana yang kita pakai bisa menaropikan pelbagai fungsi. Sebagai bentuk komunikasi, busana bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal. Busana bisa melindungi kita dari cuaca buruk atau dalam olahraga tertentu dari kemungkinan cedera. Busana juga membantu kita menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh kita dan karenanya busana memiliki suatu fungsi kesopanan (*modesty function*). Menurut Desmond Morris, dalam *Manwatching: A Field Guide to Human Behavior* (1977), busana juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural display*) karena ia mengomunikasikan afiliasi budaya kita. Mengenal negara atau daerah asal-usul seseorang dari busana yang mereka kenakan (Barnard 2007:viii).

Busana memang tidak dapat dilepaskan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia. Sudah banyak studi yang dilakukan berkaitan dengan *fashion* dari berbagai perspektif, bahkan ada yang menyoroti peran dan makna pakaian dalam tindakan sosial. Dengan demikian, pakaian bisa dimetatorakan sebagai kulit sosial dan budaya kita (Nordholt, 1997:1) dalam Barnard (2007:ix). Disamping itu, busana merupakan ekspresi identitas pribadi, karena memilih pakaian baik di toko, ataupun dikenalkan di rumah, berarti mendefinisikan serta menggambarkan diri kita sendiri, sebagaimana dinyatakan Lurie (1992) dalam Barnard (2007:ix).

Busana juga merupakan salahsatu dari penampilan luar yang paling jelas, oleh karena melalui busana seseorang akan menempatkan diri mereka terpisah dari yang lain dan selanjutnya

States of America.

Idi Subandy Ibrahim. 2007. *Budaya populer sebagai komunikasi: dinamika popscap dan mediascape di Indonesia kontemporer*. Jelasutra, Yogyakarta.

Jennifer M. Jones. 2004. *Sexing La Mode Gender, Fashion and Commercial Culture in Old Regime France*. Berg UK175 Fifth Avenue, New York, NY 10010.

Jurnal " *Dress and Identity in British Literary Culture, 1870-1914*" (*Victorian Studies* Vol.54, NO. 3 hlm. 182

Koenjaraningrat. 2000. *Panganlar Ilmu Antropologi*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.

Malcolm, Barnard. 2007. *Fashion sebagai Komunikasi*. Jelasutra

Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.Remaja Rosdakarya, Bandung.

Umberto Eco, John Radziewicz, William Weaver. 1990. *Faith in Fakes: Travels in reality*. Mariner Books.

## EKSPLOITASI SEKSUALITAS DALAM KOREOGRAFI DI KOREAN POP MUSIC VIDEO (STUDI SEMIOTIKA PADA 'MARIONETTE', DAN 'A.D.T.O.Y')

Lusia Savitri Setyo Utami

Universitas Tarumanagara

lusia.savitri@gmail.com

### Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menemukan adanya eksploitasi seksualitas melalui koreografi yang ditampilkan di *Korean Pop Music Video* terutama di *music video* 'Marionette' dari Stellar dan 'A.D.T.O.Y' dari 2PM. Analisis berfokus pada bagaimana bentuk-bentuk eksploitasi seksualitas yang ditampilkan dalam koreografinya, lalu melanjutkannya pada level makna denotatif dan konotatif serta mitos yang dibangun. Studi ini merupakan penelitian kualitatif dan menggunakan analisis semiotika milik Roland Barthes yang mempunyai sistem pertandaan bertingkat, denotas; dan konotas; serta berujung pada sebuah mitos. Analisis dimulai dengan membaca tanda-tanda eksploitasi seksualitas yang ada di dalam koreografi *music video* kemudian mengungkap makna konotatifnya. Dari situ terlihat mitos yang dibangun dan yang tersembunyi di dalamnya. Dari teruan mitos-mitos yang teridentifikasi, kebanyakan menampilkan perempuan sebagai objek yang diperlihatkan secara eksplisit, berbeda dengan laki-laki yang lebih implisit. Laki-laki juga ditampilkan sebagai sosok yang maskulin dan mempunyai bentuk tubuh deal yang menggambarakan kejantanan dan kelelakannya. Kemudian, lebih lanjut juga terlihat bagaimana perempuan lebih banyak mendapatkan kritikan daripada laki-laki. Dari situ, penulis dapat menyimpulkan bahwa eksploitasi seksualitas melalui koreografi dalam *Korean Pop Music Video* tersebut sangat memojokkan perempuan dan diskriminatif pada dari beberapa konsep ideologi dominan yang masih dibawa yaitu ideologi kapitalisme, patriarki, dan maskulinitas di mana ideologi-ideologi tersebut