



CITRA DIRGA

Jurnal Desain
Komunikasi Visual
dan Intermedia



Tanggal Terbit: 21 Maret 2019

PROGRAM STUDI
Desain Komunikasi Visual

Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Ma Chung

E-Mail /
citradirga@jurnal.machung.ac.id
website /
jurnal.machung.ac.id/citradirga



Universitas Ma Chung

T (0341) 550 171
Villa Puncak Tidar N-01, 65151,
Malang, Jawa Timur, Indonesia



Jurnal Citradirga adalah jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung. Citradirga mempublikasikan artikel luaran penelitian, gagasan konseptual, dan review kepustakaan dalam cakupan rumpun ilmu seni, desain, dan media, pada 1) Sub Rumpun Ilmu Kesenian, dalam Bidang Ilmu Seni Intermedia (688), 2) Sub Rumpun Ilmu Media, dalam Bidang Ilmu : a) Fotografi (701); dan b) Televisi/Videografi/Sinematografi (702); serta 3) Sub Rumpun Ilmu Desain, dalam Bidang Ilmu Desain Komunikasi Visual (708). Artikel luaran penelitian dapat berupa ringkasan hasil penelitian dasar (kajian, kritik, tinjauan, atau evaluasi), penelitian terapan (perancangan atau penciptaan), dan penelitian pengembangan (*research & development*), baik yang bersifat monodisipliner maupun interdisipliner. Dalam Bidang Ilmu Seni Intermedia dapat terbagi menjadi beberapa topik semisal Seni Video, Instalasi Video, dan topik lain yang mengeksplorasi dan mengintegrasikan seni visual dan teknologi. Dalam Ilmu Media, dapat berupa topik seperti Fotografi, Videografi, Film Fiksi maupun Dokumenter, dan topik lain yang berkaitan dengan Foto dan Video. Adapun dalam Bidang Ilmu Desain Komunikasi Visual dapat berupa topik seperti Desain Grafis, Infografis, *Brand Identity*, Ilustrasi, Desain Kemasan, Multimedia Interaktif, Animasi, *Game Design*, *Apps Design*, dan topik lain yang berkaitan.

Editor-in-Chief

Aditya Nirwana, S.Sn., M.Sn., *Universitas Ma Chung*

Section Editors

Sultan Arif Rahmadianto, S.Sn., M.Ds., *Universitas Ma Chung*
 Ayyub Anshari Sukmaraga, S.Sn., M.Ds., *Universitas Ma Chung*
 I Wayan Nuriarta, S.Pd., M.Sn., *Institut Seni Indonesia Denpasar*
 Nadia Sigi Prameswari, S.Sn., M.Sn., *Universitas Negeri Semarang*
 Ima Kusumawati Hidayat, S.Sn., M.Ds., *Universitas Negeri Malang*

Assistants & Copy Editors

Didit Prasetyo Nugroho, S.Sn., M.Sn., *Universitas Ma Chung*
 Wawan Eko Yulianto, S.S., M.A., P.hD., *Universitas Ma Chung*

Layout Editor

Bintang Pramudya P.P., S.Sn., M.Sn., *Universitas Ma Chung*

Reviewer

Dr. I.T. Sumbo Tinarbuko, M.Sn., *Institut Seni Indonesia Yogyakarta*
 Dr. Pujiyanto, M.Sn., *Universitas Negeri Malang*
 Dr. Alvanov Zpalanzani S.T., M.M., *Institut Teknologi Bandung*

E-Mail : citradirga@jurnal.machung.ac.id | Website : jurnal.machung.ac.id/citradirga

ISSN 2656-9973

Vol.1, No.1
Maret 2019



Alamat Redaksi

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas
 Sains dan Teknologi, Universitas Ma Chung, Villa
 Puncak Tidar N-01, Kabupaten Malang, Jawa Timur.
 Telepon (0341) 550 171 / Faksimili (0341) 550 175



DAFTAR ISI
Vol.1, No.1, Maret 2019

Halaman Redaksi	i
Daftar Isi	ii
<i>Studi Persepsi Hubungan antara Gaya Busana dengan Kreativitas</i> <i>(Bintang Pramudya P.P.)</i>	1 – 7
<i>Landasan Strategis Pengembangan Produk Topeng Malangan</i> <i>(Erik Armayuda)</i>	8 – 20
<i>Kajian Ikonografi dan Ikonologi Lukisan Raden Saleh : "Gouvernour-Generaal Daendels En De Grote Postweg" (1838)</i> <i>(Aditya Nirwana)</i>	21 – 35
<i>Kajian Konsep Tanda Hipersemiotika Pada Iklan Kecap Bango Seri Eat Locally</i> <i>(Arif Ardy Wibowo)</i>	36 – 45
<i>Perancangan Video Seni "Panji Romance" dengan Teknik Presentasi Dual Monitor</i> <i>(Didit Prasetyo Nugroho)</i>	46 – 52
<i>Kajian Brand Strategy Roadmap Starbucks Coffee</i> <i>(Sultan Arif Rahmadianto)</i>	53 – 58

STUDI PERSEPSI HUBUNGAN NON-CONFORMING FASHION BEHAVIOR DENGAN TINGKAT KREATIVITAS TERHADAP MASYARAKAT DI KOTA MALANG

Bintang Pramudya Putra Prasetya

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung
Villa Puncak Tidar-N 1, 65151 Malang – Jawa Timur
e-mail : bintang.pramudya@machung.ac.id

Abstraksi

Howard dalam bukunya yang berjudul *Human Visual Orientation* menjelaskan bahwa manusia merupakan makhluk visual, manusia juga sering mengasosiasikan hal – hal visual tertentu dengan makna tertentu, sebagai contoh ketika langit mendung maka akan diartikan bahwa sebentar lagi akan turun hujan, manusia juga mengkonotasikan warna – warna pada personality – personality yang berbeda. Hal tersebut juga terjadi pada penggunaan busana tertentu, dimana jenis busana tertentu mampu memunculkan persepsi dalam benak manusia, dalam kasus ini berfokus kepada persepsi tingkat kreatifitas satu individu pada saat mengenakan busana tertentu. Penelitian berikut menjadi penting untuk menegaskan persepsi masyarakat di Kota Malang tentang busana yang dikenakan, dalam pengumpulan dapat dilakukan dengan cara *random sampling*, dimana narasumber diambil secara acak sebanyak 220 audience untuk mengurutkan busana yang telah dipilih mulai dari yang dinilai paling kreatif hingga yang paling tidak kreatif. Dari hasil analisis tersebut dapat diolah menjadi bentuk diagram untuk kemudian dianalisis. Hasil yang didapat terlihat penggunaan busana tidak formal (*non-conforming behaviour*) menimbulkan kesan tidak *professional* di kalangan masyarakat.

Kata Kunci: persepsi, busana, kreativitas.

Abstract

Howard in his book entitled *Human Visual Orientation* explains that humans are visual creatures, humans also often associate certain visual things with certain meanings, for example when the sky is cloudy it will mean that soon it will rain, humans also connote colors to different personalities. This also applies to the use of certain clothing, where certain types of clothing are able to give rise to perceptions in the human mind, in this case focusing on the perception of the level of creativity of an individual when wearing certain attire. The following research is important to confirm the perception of the people in Malang about the clothes worn, in the collection can be done by random sampling, where 220 speakers were randomly selected to order the clothes that have been selected from the most creative to the least creative ones. From the results of the analysis, it can be processed into a diagram for later analysis. The results obtained show that the use of informal clothing (*non-conforming behavior*) gives the impression of being unprofessional in the community.

Key Words: Perception, Fashion, Creativity.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sering mengaitkan busana dengan citra tertentu, misalkan saat kita menghadiri undangan pernikahan dipulau jawa, umumnya tamu mengenakan busana dengan nuansa kebaya bagi wanita serta batik untuk pria, hal tersebut merupakan bentuk apresiasi dari tamu untuk orang yang telah mengundangnya pada hari istimewanya. Dalam acara formal seperti meeting perusahaan, umumnya setiap orang yang hadir didalamnya berupaya untuk berpenampilan menarik serta rapi untuk menjaga

kepercayaan serta profesionalisme dari semua anggota rapat yang hadir pada saat itu. Penggunaan busana sering menyesuaikan dengan konteks acara yang sedang berlangsung, bahkan sering secara tidak sadar kita berusaha menyesuaikan busana ketika akan menghadiri acara tertentu. Upaya penggunaan busana dengan sesuai konteks acara merupakan sebuah upaya oleh seorang individu agar dirinya dapat diterima oleh individu lain pada lingkungan tersebut (Cialdini dan Goldstein, 2004), pengaturan busana yang sesuai juga merupakan upaya yang dilakukan oleh seorang individu untuk menghindari timbulnya ketidaknyamanan dalam bersosialisasi, tanggapan negatif, serta terkucil dari individu lain (Kruglanski dan Webster, 1991).

Di era yang modern saat ini, di mana pertukaran informasi terjadi begitu cepat, mengakibatkan terjadinya pergeseran tingkah laku yang khususnya terlihat pada generasi muda yang lahir setelah 90-an, hal tersebut terlihat dari cara penampilan mereka ketika menghadiri acara formal, umumnya untuk menghadiri acara formal seseorang akan berusaha berpenampilan rapi dengan dandanan kemeja, jas, ikat pinggang, serta celana kain dengan sepatu hitam, namun saat ini khususnya generasi muda dapat sering kita temui menghadiri acara formal dengan berpenampilan berbeda dari karakteristik yang telah disebutkan sebelumnya. Remaja cenderung berpenampilan *casual* dengan menggunakan celana jeans, kaos, serta sepatu *sneakers*. Dalam sebuah penelitian dijelaskan ketika seseorang menggunakan busana yang melenceng (terencana) dari tema acara yang sedang terjadi dapat menimbulkan kesan unik serta menimbulkan penghargaan lebih dari orang yang melihatnya (Bellezza *et.al.*, 2013).

Penggunaan busana diluar konteks saat ini dapat diartikan sebagai bentuk kebebasan, bahwa individu tersebut memiliki karakteristik atau merujuk pada pola kepribadian tertentu, perilaku tersebut dapat diasosiasikan pada tindakan yang tidak mainstream, unik, serta cenderung dinilai sebagai pribadi yang kreatif. Penggunaan busana diluar konteks dapat diartikan sebagai bentuk kreativitas dari penggunaannya, namun hal tersebut dapat dinilai sebagai bentuk tindakan tidak menghargai bagi orang yang tidak memiliki tingkat informasi yang sama (Bellezza *et.al.*, 2013). Beberapa penelitian telah dilakukan untuk membuktikan fenomena tersebut, ketika seseorang justru memiliki tingkat penghargaan lebih ketika menggunakan busana diluar konteks. Dalam penelitian berikut, penulis mencoba mengamati fenomena berbusana diluar konteks yang dilakukan di kota Malang khususnya terhadap persepsi mahasiswa, dimana nantinya akan diketahui bagaimana persepsi seorang mahasiswa dalam menyikapi model berpakaian diluar konteks sebagai bentuk kreativitas selayaknya penelitian yang telah dilakukan di luar atau justru menghasilkan persepsi yang berbeda di ranah mahasiswa khususnya pemahaman sosial di kota Malang.

Metode yang akan digunakan dalam mengungkap fenomena tersebut akan menggunakan metode kualitatif dengan model eksperimental yang berfokus pada persepsi mahasiswa sebagai pengamat, mahasiswa diambil sebagai subjek karena mereka sebagai *agent of change* yang dalam waktu dekat akan memasuki dunia kerja (*professional*), dengan memahami pola pembentukan persepsi tentang sebuah busana, diharapkan para mahasiswa mampu memahami serta mampu menempatkan diri dengan baik saat terjun di dunia *professional*. Dengan memahami fenomena tersebut, mahasiswa akan mampu merepresentasikan dirinya sesuai dengan yang diinginkan untuk menjalin hubungan tertentu dengan orang tertentu dalam event tertentu.

1.2. Landasan Teori.

Lingkungan sekitar memiliki kekuatan yang sangat besar dalam menyikapi suatu situasi, baik itu dalam mekanisme formal maupun informal, yang akan mampu untuk memaksa seseorang untuk bersikap baik menyesuaikan kondisi sekitar dalam upayanya untuk dapat diterima, serta menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Suatu individu mengubah sikap serta perilaku mereka agar seseorang tersebut dapat diterima pada suatu lingkungan tertentu (Cialdini dan Goldstein, 2004). Melakukan kebiasaan – kebiasaan yang diluar

kewajaran dapat beresiko serta cenderung memerlukan biaya lebih, bahkan juga dapat menuntun pada tidak diterimanya seorang individu tersebut pada sebuah lingkungan sosial, ditolak, bahkan dihukum (Anderson, 2008). Perilaku dalam memberikan hukuman dan apresiasi telah dilakukan dalam sebuah eksperimen psikologi sosial pada zaman klasik, sebagai contohnya, Asch's melakukan percobaan pada tahun 1956 dengan memeriksa kesesuaian penilaian dan pendapat dalam sebuah kelompok, dalam penelitian tersebut, para peserta menunjukkan perilaku mengikuti dan menyesuaikan diri mengikuti kelompok yang lebih besar disbanding harus menjadi penentang dan menghadapi konsekuensi yang akan didapat (Crutchfield, 1955). Eksperimen lebih lanjut dilakukan oleh Zimbardo's pada sebuah penjara pada tahun 1973, dimana sebagai peserta dibagi menjadi peran penjaga serta tahanan yang harus dijaga, dimana dalam eksperimen tersebut ditemukan bahwa seseorang akan memenuhi *role model* atau peran sosial yang diharapkan oleh masyarakat terhadap dirinya.

Dalam konteks perilaku konsumen, penelitian menunjukkan bahwa motif asimilasi dan konformitas dapat mendorong praktik dan factor pendorong pemilihan keputusan terhadap konsumsi pasar oleh masyarakat. Konsumen memiliki kecenderungan untuk berperilaku seperti orang – orang yang ada disekitar mereka dan membuat pilihan yang konsisten dengan kelompok mereka, hal tersebut terjadi karena kebutuhan untuk afiliasi serta kebutuhan mengekspresikan identitas yang diinginkan (Bearden, *et al.*, 1989). Secara khusus, seseorang yang merasa dirinya dikucilkan oleh lingkungan disekitarnya dan merasa kesepian lebih mungkin untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan disekitarnya untuk menghindari evaluasi (*judge*) negatif dari orang lain, hal tersebut dapat tergambarkan dengan pemilihan produk – produk yang serupa atau mendapatkan dukungan dari sebagian besar lingkungannya.

Dengan adanya fenomena sosial yang sangat kuat tersebut, para peneliti lintas disiplin, seperti sosiologi, psikologi, ekonomi, dan pemasaran menghabiskan banyak waktu untuk mempelajari tindakan *conforming* serta *non-conforming* serta latar belakangnya. *Non-conforming* secara umum merupakan sebuah perilaku atau keyakinan yang tidak konsisten dengan norma atau standar yang terjadi di kelompok sosial yang mendominasi di lingkungannya. Sementara dalam penelitian berikut, akan difokuskan pada perilaku individu yang tidak sesuai atau penyimpangan, dalam hal ini penelitian dilakukan terhadap sudut pandang pengamat dalam menyikapi perilaku menyimpang dalam berbusana terkait kompetensi serta tingkat kreativitas seseorang untuk dapat diajak bekerja sama. Dalam beberapa penelitian disebutkan bahwa seseorang dapat menarik kesimpulan tentang kepribadian seseorang beberapa detik dari saat pertamakali ia melihat orang tersebut, beberapa indikator yang menjadi bahan penilaian adalah penampilan, perilaku, serta pilihan – pilihan yang dilakukan dalam mengkonsumsi sesuatu (Todorov, *et.al.*, 2005). Penelitian berikut dilakukan dengan mengacu pada teori – teori tersebut untuk mengamati persepsi seseorang dalam membuat kesimpulan tentang seseorang yang mengenakan busana diluar konteks kejadian, khususnya di kota malang dengan kebudayaan yang cenderung berbeda dengan karakteristik kebudayaan luar pada umumnya. Dalam kesimpulannya, pengamat menjabarkan kesimpulan menjadi satu ekonomi, profesi, serta lingkungan sosial secara umum.

2. PEMBAHASAN

2.1. Ketidak Sesuaian Busana, dan Persepsinya Terhadap Status dan Kompetensi.

Indonesia merupakan Negara dengan masyarakat yang sangat menjunjung tinggi adat kepantasan, sopan santun, dimana yang muda menghormati yang tua serta yang tua mengasihi yang muda. Kekentalan budaya local di Indonesia dapat dilihat mulai dari keseharian masyarakat sehari – hari, seperti contoh gesture membungkukkan badan ketika menyapa orang yang lebih tua, hingga perubahan intonasi bicara menjadi lebih formal ketika berkomunikasi dengan orang yang lebih tua. Budaya kesopanan tersebut tercermin hampir keseluruhan aspek kehidupan masyarakat Indonesia, ketika kita mendapat undangan

pernikahan umumnya kita akan mengenakan baju batik untuk menghadiri acara tersebut, serta ketika kita mendapat undangan untuk menghadiri acara meeting untuk urusan pekerjaan umumnya kita akan mengenakan baju rapi dengan kemeja serta jas yang sesuai. Ketika kita tidak dapat menyesuaikan penampilan dengan kondisi yang umum terjadi, kita akan menjadi bahan perbincangan orang sekitar, anggapan tersebut lumrah karena menggunakan pakaian santai untuk acara formal merupakan hal yang tidak lumrah, bahkan dapat diindikasikan merupakan perilaku tidak menghormati orang lain yang hadir dalam acara tersebut. Namun seseorang dengan status sosial tinggi cenderung memiliki tingkat keleluasaan yang tinggi untuk melakukan sebuah penyimpangan dan terhindar dari penilaian negatif masyarakat (Philip dan Zuckerman, 2001). Misalnya sebuah pemilik perusahaan mengenakan baju *casual* dalam menghadiri rapat dengan pekerjanya, tentu tidak akan mendapatkan pandangan rendah dari pekerjanya, karena para pekerja tersebut telah mengetahui status serta kapabilitas dari pemilik perusahaan tersebut. berbeda halnya dengan karyawan biasa yang mengenakan baju *casual* untuk menghadiri rapat perusahaan, mungkin saja pegawai tersebut akan mendapatkan teguran keras karena dianggap tidak menghormati acara serta orang – orang yang berada dalam ruangan tersebut. Penyimpangan perilaku yang dilakukan oleh individu dengan status sosial tinggi memiliki dampak yang berbeda dengan penyimpangan yang dilakukan oleh individu dengan status sosial rendah, tidak seperti individu dengan status sosial rendah, individu dengan status sosial tinggi mampu menyimpang dari perilaku konvensional tanpa mendapatkan penolakan negatif ataupun menolakan sosial.

Lebih khusus lagi, individu dengan status sosial tinggi dalam domain konsumsi dapat lebih leluasa menurunkan gaya hidup mereka dengan mengadopsi kebiasaan konsumsi yang tidak sesuai, seperti melakukan penghematan dan gaya hidup sederhana tanpa mengurangi status sosialnya. Sebagai contoh seseorang dengan status sosial tinggi dapat mengenakan pakaian informal dalam sebuah pertemuan bisnis. Beberapa CEO besar seperti Bill Gates dari Microsoft serta Mark Zuckerberg dari FaceBook beberapa kali menghadiri acara *World Economic Forum (WEF)* dengan menggunakan *T-shirt* dan celana *jeans* dengan sepatu *sneakers* biasa tanpa merek. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Searcy di tahun 2011 menyatakan bahwa beberapa pengusaha sukses gemar menghadiri rapat dewan mereka dengan menggunakan pakaian santai, seperti jeans dan sepatu kets (Searcy, 2011).

Untuk pembuktian secara empiris khususnya di area Malang dengan indikator mahasiswa, penelitian dilakukan untuk mengungkap hubungan antara ketidaksesuaian kode berpakaian dengan status dan kompetensi seseorang. Dalam studi kasus ini pemfokusan dilakukan pada persepsi remaja terhadap tingkat kreatifitas seseorang hanya dengan melihat busana yang ia kenakan tanpa mengulas latar belakang individu tersebut. asumsi awal dalam penelitian berikut adalah penyimpangan gaya berpakaian yang disengaja dapat membangun persepsi orang lain akan kapabilitas serta tingkat kreativitas seseorang, hal tersebut dapat terjadi karena mahasiswa (remaja 90-an keatas) memiliki parameter yang lebih luas akibat pertukaran informasi yang lebih cepat di dunia maya, sehingga referensi gaya hidup yang dimiliki lebih kaya dibandingkan generasi sebelumnya.

Dalam penelitian berikut dilakukan kepada 220 mahasiswa di kota Malang yang dilakukan secara acak pada beberapa universitas yang berlokasi di dekat pusat-pusat keramaian dan memiliki program studi yang terkait industri kreatif secara langsung. Parameter busana dikategorikan kedalam empat jenis, diantaranya adalah: kaos, *polo*, kemeja, dan jas. Dimana narasumber diminta untuk mengurutkan jenis busana yang dinilai paling kreatif jika digunakan seseorang dalam kondisi presentasi formal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bellezza di Harvard menemukan bahwa seseorang dengan busana yang tidak sesuai dengan konteks memiliki nilai apresiasi lebih tinggi dan cenderung dianggap lebih kreatif dibanding dengan seseorang yang berpakaian normatif (Bellezza, 2013). Jika dikaitkan dengan kebudayaan Jawa dimana nilai kesopanan memiliki prioritas yang sangat tinggi dalam menilai seseorang, fenomena tersebut dapat digolongkan sebagai fenomena yang unik, kemungkinan perbedaan apresiasi di Jawa sangat tinggi jika dibandingkan dengan budaya

luar lainnya. Dari *survey* yang telah dilakukan kemudian digolongkan berapa orang yang menganggap kaos memiliki nilai kreatif, berapa orang menganggap polo memiliki nilai kreatif, kemeja, dan pakaian dengan setelan jas. Tingkat toleransi masyarakat dalam menilai pantas atau tidaknya busana seseorang terhadap tingkat kesopanan sangat berbeda-beda, persepsi tersebut dipengaruhi oleh situasi, kondisi, usia, dan latar belakang dari seseorang (Kaiser, 1990). Busana yang dikenakan oleh seseorang dapat juga dijelaskan sebagai komunikasi estetika, sehingga orang yang mengenakannya terlihat lebih menarik dan meningkatkan wibawa seseorang (Kaiser, 1990). Jika dikaitkan dengan keterangan di atas, kebudayaan Indonesia memiliki banyak ragam corak yang variatif, dimana setiap corak memiliki makna tersendiri.

Hipotesis pertama dalam penelitian berikut adalah, seseorang dengan pakaian yang tidak sesuai konteks di Indonesia akan mendapatkan konsekuensi negatif dari masyarakat karena dinilai tidak menyesuaikan dengan kondisi dan tidak menghargai orang lain yang menyelenggarakan kegiatan tersebut. hipotesis kedua, kebudayaan Indonesia yang kental dengan nilai-nilai budaya luhur, memungkinkan busana memiliki pesan atau peran tertentu dalam sebuah acara, sehingga orang yang berbusana diluar itu akan mendapatkan penilaian negatif. Hipotesis ketiga, dengan banyaknya perkembangan dunia digital yang memungkinkan pesatnya pertukaran informasi di era saat ini, membuat masyarakat Indonesia menjadi lebih terbuka dengan kebudayaan luar. Oleh karena itu, seseorang yang mampu berpenampilan unik dalam industri kreatif akan mendapatkan apresiasi positif terkait kebebasan berfikir serta keunikan dalam menghasilkan ide-ide.

Dalam budaya masyarakat Indonesia masih kental akan kepercayaan terhadap simbol-simbol yang merepresentasikan nilai tertentu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Hajo dan Galinsky menyebutkan bahwa seseorang yang menggunakan baju *lab* berwarna putih akan lebih mudah dipercaya sebagai seorang yang memiliki integritas tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak atau sedang tidak mengenakan *jas lab* berwarna putih tersebut (Mawardi, 2015) hal tersebut menjelaskan bahwa setiap busana memiliki nilai yang melekat kepadanya, dan siapapun yang mengenakan busana tersebut akan ikut menyandang nilai yang dimiliki oleh busana tersebut. seperti halnya baju batik bermotif parang yang biasa digunakan oleh para raja, ketika ada orang yang mengenakan batik tersebut, seolah – olah orang itu memiliki kedudukan yang tinggi, sebaliknya ketika terdapat seseorang yang mengenakan baju kaos murahan, meskipun seseorang dengan pendidikan tinggi akan terlihat rendah mengikuti nilai dan persepsi yang dimiliki oleh busana yang dikenakannya.

2.2. Analisis Busana

Dalam *survey* yang dilakukan kepada 220 Mahasiswa di kota malang secara acak, peneliti meminta audience untuk mengurutkan jenis baju seperti 1. kaos, 2. polo, 3. kemeja dan 4. jas kedalam urutan yang dinilai merupakan representasi dari tingkat kreativitas tertinggi hingga terendah tanpa perlu memberikan penjelasan apapun terhadap pilihan yang dibuat. Dari hasil yang telah dikumpulkan, peneliti mengamati jumlah tertinggi dan terendah pada empat variable yang ditentukan, hasilnya menunjukkan bahwa 153 responden memilih pilihan nomor 3 yaitu setelah jas sebagai representasi dari individu dengan tingkat kreativitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis busana lain. Selanjutnya, 127 orang sepakat menyimpulkan individu dengan busana kaos merupakan sosok individu yang tidak kreatif jika dibandingkan dengan model busana lain.



Diagram 1. Diagram di atas menunjukkan banyaknya audience yang memilih busana Jas sebagai pilihan pertama (kreatif) dan jumlah audience yang meletakkan T-Shirt sebagai pilihan terakhir (tidak kreatif).

Hasil tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bellezza di Massachusetts tentang paduan busana diluar konteks, dimana Bellezza menjelaskan bahwa masyarakat akan mengapresiasi lebih kepada individu yang menampilkan diri mereka secara berbeda dibandingkan kode buda yang telah lazim digunakan oleh masyarakat umum. Namun di Kota Malang, masyarakat masih mengapresiasi individu dengan busana formal sebagai sosok yang memiliki kemampuan, dapat diandalkan dan kreatif. Sebaliknya individu yang mengenakan busana nonformal seperti kaos mendapatkan penilaian yang cukup rendah jika dikaitkan tentang kredibilitas dan tingkat kreativitas.



Gambar 1. (a). Setelan busana Jas yang umum digunakan pada saat menjalankan kegiatan bisnis.
 (b). T-Shirt polos yang umumnya digunakan pada saat melakukan kegiatan non-formal.
 (Sumber: pricearchive.org)

Penggunaan busana setelan jas hingga tahun 2019 masih mendominasi lingkungan bisnis formal di Kota Malang, hal tersebut terlihat dari berbagai sektor usaha formal seperti perbankan, pendidikan dan kesehatan contohnya, masih mengharuskan karyawannya untuk berpenampilan rapi, mengenakan setelah baju formal, serta penggawai dengan jabatan yang cukup tinggi diwajibkan untuk mengenakan setelan jas pada saat menjalankan tugas. Sedangkan penggunaan busana non-formal seperti kaos di Kota Malang masih menjadi busana yang cukup populer digunakan oleh remaja hingga orang dewasa dalam keadaan santai.

Penggunaan busana non-formal oleh kalangan terkemuka secara umum telah banyak dijumpai di Indonesia, sebut saja salah satu pengusaha terkenal asal Indonesia Bob Sadino. Selama hidupnya, beliau dikenal sebagai sosok sukses dengan penampilan yang sederhana, beliau sering dijumpai menggunakan baju polos serta celana pendek, busana yang dikenakanpun sangat jauh dari kata mahal, tidak ada merek terkenal dengan nominal harga fantastis, tidak ada barang mewah yang mencolok dari busananya, masyarakat menaruh respek kepadanya atas pencapaian-pencapaian yang telah dilaluinya.

Daftar Pustaka

- Aaker, J.L., and Angela Y.L. 2001, 'I' Seek Pleasures and 'We' Avoid Pains: The Role of Self-Regulatory Goals in Information Processing and Persuasion, *Journal of Consumer Research*.
- Bourdieu, P. 2015, *Arena Produksi Kultural: Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*, Kreasi Wacana, Yogyakarta.
- Garveric, L. 1997, *Corrosion in the Petrochemical Industry : An Introduction*, 2nd edition, John Wiley & Sons, London. UK.
- Sobur, A. 2003, *Semiotika Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Solomon, M. R. 1999, 'The Value of Status and the Status of Value', in *Consumer Value: A Framework for Analysis and Research*, ed. Morris B. Holbrook, Abingdon, Routledge.
- Widagdo. 2011, *Desain dan Kebudayaan*, Penerbit Institut Teknologi Bandung, Bandung