

# FASHION SEBAGAI KOMUNIKASI NON VERBAL DALAM “CITAYAM FASHION WEEK”

SIVA AFIDA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana sebuah komunikasi dalam bentuk nonverbal dapat terjadi melalui pemakaian fashion dalam fenomena Citayam Fashion Week, dengan menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Studi fenomenologi dilakukan untuk memahami suatu gejala dari pengalaman yang dilakukan oleh manusia, yakni fenomena Citayam Fashion Week. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan lima narasumber. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis fenomenologi oleh Bogdan dan Taylor. Dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik oleh George Herbert Mead, peneliti memperoleh hasil bahwa latar belakang seseorang dapat mempengaruhi pikiran mereka dan membawa mereka kepada ketertarikan dalam dunia fashion yang akhirnya melahirkan tindakan sosial (*social act*) pada keputusan untuk mengunjungi Citayam Fashion Week (*mind*), kemudian muncul pengambilan peran untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain dengan melakukan pertukaran simbol hingga terciptalah makna atas tindakan yang telah dilakukan (*self*), saat remaja Citayam Fashion Week memiliki pemaknaan yang sama terhadap simbol-simbol tertentu pada saat itulah terjadi konsensus makna yang masuk dalam tahap masyarakat (*society*). Dalam proses tersebut, Komunikasi non verbal dengan media fashion dimanfaatkan oleh remaja Citayam Fashion Week sebagai simbol diri dan memiliki makna dibalikinya, seperti untuk meningkatkan rasa percaya diri, kepuasan diri akan sesuatu yang disenanginya dan menarik perhatian orang lain. Terdapat pula temuan bahwa fenomena ini menghasilkan sebuah budaya pop (*pop culture*), yang ditandai dengan karakteristik relativisme, pragmatisme, budaya hiburan, hedonisme, budaya instan, popularitas, budaya ikon, konsumerisme, budaya gaya, sekulersime, hilangnya batasan-batasan, dan kontemporer.

Kata kunci: *fashion*, komunikasi nonverbal, pop culture, teori interaksionisme simbolik, Citayam Fashion Week.

# **FASHION AS NON VERBAL COMMUNICATION IN “CITAYAM FASHION WEEK”**

**SIVA AFIDA**

## **ABSTRACT**

This research aims to examine how nonverbal communication can occur through the use of fashion in the Citayam Fashion Week phenomenon. Using qualitative methods with phenomenological research type, a phenomenological study was carried out to understand a symptom of human experience, Citayam Fashion Week. Field observations and in-depth interviews with five informants were used as data collection techniques, which were then analyzed using the phenomenological analysis method by Bogdan and Taylor. By using the theory of symbolic interactionism (SI) by George Herbert Mead, researchers obtained the results that a person's background can influence their thoughts and lead them to become interested in the world of fashion which ultimately gives rise to “social act” in the decision to visit Citayam Fashion Week (mind), then the role-taking process emerges to interact and socialize with other people by exchanging symbols to create meaning for the actions that have been carried out (self), when teenagers at Citayam Fashion Week had the same meaning for certain symbols, that was when a consensus of meaning occurred that entered the (society) stage. In this process, non-verbal communication with fashion media is used by Citayam Fashion Week teenagers as a symbol of themselves and has a meaning behind it, such as increasing self-confidence, self-satisfaction with something they like and attracting the attention of others. There are also findings that this phenomenon produces a pop culture, which is characterized by the characteristics of relativism, pragmatism, entertainment culture, hedonism, instant culture, popularity, icon culture, consumerism, style culture, secularism, loss of boundaries, and contemporary.

**Keywords:** fashion, non-verbal communication, pop culture, symbolic interactionism theory, Citayam Fashion Week.