

Membedah Identitas Fashion: Representasi Budaya dalam Produk Fashion UC.N.CO

Beny Prasetyo^{1*}, Yeyen Komalasari²

¹Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, bali, Indonesia;

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, bali, Indonesia

*Corresponding Author: benyprasetyo86@gmail.com

ABSTRAK

Fashion tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai medium untuk mengekspresikan identitas dan nilai budaya individu atau kelompok. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana produk fashion UC.N.CO mencerminkan elemen-elemen budaya dengan menggabungkan tradisi lokal dengan pengaruh global. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang didukung oleh pengguna produk fashion UC.N.CO dalam mengkomunikasikan identitas diri mereka melalui pilihan fashion. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa fashion UC.N.CO berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap identitas budaya pengguna. Produk fashion UC.N.CO juga tidak hanya merepresentasikan gaya hidup, tetapi juga menciptakan ruang bagi dialog antarbudaya. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti perlunya penghargaan terhadap nilai-nilai budaya yang diwakili oleh produk fashion, serta tantangan yang dihadapi dalam menjaga integritas budaya di tengah arus globalisasi yang cepat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman tentang hubungan antar fashion dan identitas budaya dalam konteks kontemporer.

Kata kunci: identitas fashion, budaya, produk fashion, UC.N.CO

PENDAHULUAN

Fashion sekarang ini semakin menyentuh kehidupan sehari-hari setiap orang. Dalam konteks globalisasi, dimana batas budaya semakin redup, produk fashion tidak hanya berfungsi sebagai penanda status sosial melainkan sebagai medium komunikasi yang kompleks. Produk fashion UC.N.CO menjadi contoh menarik dalam hal ini, dimana produk-produk UC.N.CO menggabungkan elemen budaya lokal dengan desain modern yang menarik bagi konsumen masa kini. Dengan memanfaatkan motif dan teknik tradisional, produk fashion UC.N.CO tidak hanya melestarikan warisan budaya tetapi juga menciptakan ruang untuk dialog antara tradisi dan inovasi. Seperti yang diungkapkan Lestari (2023), fashion dapat berfungsi sebagai paspor budaya yang mencerminkan nilai-nilai dan identitas seseorang dalam masyarakat yang semakin terhubung. Penelitian ini mengeksplorasi tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan keaslian budaya di tengah arus globalisasi dan komodifikasi budaya. Hal ini penting karena representasi yang akurat dalam fashion dapat memperkuat identitas budaya, sementara komodifikasi dapat mengaburkan makna asli dari simbol-simbol budaya tersebut (Darmaputri, 2024).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana produk fashion UC.N.CO tidak hanya menciptakan produk fashion semata, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian dan pengembangan identitas budaya dalam konteks modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan pendekatan analisis deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana produk fashion UC.N.CO merepresentasikan identitas budaya penggunanya. Pendekatan penelitian deskriptif bertujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dengan konsumen produk fashion UC.N.CO menunjukkan bahwa produk fashion UC.N.CO sangat terkait dengan identitas budaya mereka. Banyak konsumen menyatakan bahwa mereka merasa bangga mengenakan pakaian yang menggabungkan elemen tradisional dengan desain modern. Misalnya, pengguna motif *surfing* dalam koleksi modern UC.N.CO tidak hanya menciptakan daya tarik visual, tetapi juga menghubungkan pemakai dengan warisan budaya mereka (Hidayatullah, 2020).

Observasi terhadap perilaku pengguna produk fashion UC.N.CO di berbagai acara kompetisi surfing menunjukkan bahwa produk ini sering dipilih untuk momen penting, seperti padang-padang *surfing competition* dan acara kompetisi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa fashion UC.N.CO tidak hanya berfungsi sebagai pakaian sehari-hari, tetapi juga sebagai symbol status dan identitas budaya yang kuat (Syarafa, 2023).

Analisis terhadap konten media social produk fashion UC.N.CO menunjukkan bahwa produk ini aktif dalam mempromosikan nilai-nilai budaya melalui kampanye pemasarannya. Penggunaan *influencer* dan konten visual yang menampilkan produk dalam konteks budaya lokal memperkuat citra produk fashion UC.N.CO sebagai pelestari budaya (Wicaksono & Maryana, 2021). Media social berperan penting dalam membentuk persepsi dan norma masyarakat terhadap fashion yang mengedepankan identitas budaya.

Mengacu pada teori representasi Stuart Hall, produk fashion UC.N.CO dapat dilihat sebagai simbol yang merepresentasikan identitas budaya yang kompleks. Melalui proses produksi dan konsumsi, makna-makna baru terbentuk dan berinteraksi dengan konteks social yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa fashion berfungsi sebagai medium komunikasi yang menyampaikan nilai-nilai dan identitas individu (Pozzo, 2020).

Namun, perlu dicatat bahwa ada tantangan dalam menjaga keaslian budaya di tengah komodifikasi fashion. Beberapa responden mengungkapkan kekhawatiran bahwa

penggunaan elemen tradisional dalam desain modern dapat mengurangi makna asli dari simbol budaya tersebut. Ini menjadi poin penting betapa pentingnya kesadaran akan representasi budaya yang akurat untuk menghindari penguatan stereotip negative (Benmetan & Setyowibowo, 2021)

Produk fashion UC.N.CO tidak hanya mencerminkan identitas budaya tetapi juga menciptakan ruang untuk dialog antarbudaya. Dengan menggabungkan elemen lokal dan global, produk fashion UC.N.CO berkontribusi pada pengembangan identitas budaya yang dinamis. Ini sejalan dengan pandangan bahwa fashion memiliki kemampuan untuk merangkul keberagaman dan memperkuat solidaritas social di antara individu dari latar belakang yang berbeda (Cindrakasih, 2022).

KESIMPULAN

Produk fashion UC.N.CO berhasil menggabungkan elemen tradisional dengan desain modern, menciptakan identitas yang kaya dan beragam bagi penggunanya. Melalui penggunaan motif dan teknik yang terinspirasi dari budaya lokal, produk fashion UC.N.CO memungkinkan konsumen untuk merasa terhubung dengan warisan budaya mereka dengan tetap tampil menarik di era modern.

Media sosial berperan signifikan dalam mempromosikan produk fashion UC.N.CO dan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Kampanye pemasaran yang melibatkan *influencer* dan konten visual yang kuat membantu membentuk persepsi positif tentang produk fashion UC.N.CO sebagai pelestari budaya, serta memperluas jangkauan konsumen yang lebih luas.

Meskipun produk fashion UC.N.CO berhasil merepresentasikan identitas budaya, terdapat tantangan dalam menjaga keaslian simbol budaya ditengah arus komodifikasi fashion. Penting bagi produk fashion UC.N.CO untuk memastikan bahwa representasi budaya dilakukan dengan akurat dan menghargai makna asli dari simbol yang ada, guna menghindari penguatan stereotip negatif.

Produk fashion UC.N.CO dapat menciptakan ruang untuk dialog antarbudaya, dimala elemen lokal dan global harus saling berinteraksi. Dengan demikian, produk fashion UC.N.CO tidak hanya berkontribusi pada pelestarian identitas budaya tetapi juga pada pengembangan identitas yang dinamis di masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya fashion sebagai alat komunikasi identitas budaya yang kompleks. Dengan memahami peran fashion dalam konteks sosial dan budaya, kita dapat lebih menghargai keberagaman serta memperkuat solidaritas sosial di antara individu dari berbagai latar belakang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut mengenai hubungan antara fashion dan identitas budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, R. 2023. Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. Jurnal APPISI.
- Darmaputri, A. 2023. Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi2). Bandung: Alfabeta.
- Hidayatullah, F., dkk. 2020. Representasi Budaya dalam fashion. MITZAL: Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi.
- Syarafa, D., Adhrianti, L., & Vuspa Sari, E. 2023. Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. Jurnal Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu.
- Wicaksono, A., & Maryana, D. 2021. Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Fashion Budaya. Jurnal Komunikasi.
- Pozzo, L. 2020. *Fashion as a Culture Studies*: Representasi Budaya *Thriftig*. Jurnal MITZAL.
- Benmetan, R., & Setyowibowo, A. 2021. Pakaian sebagai Identitas: Tantangan dalam Representasi Budaya. Jurnal Kebudayaan.
- Cindrakasih, R. 2022. Fashion dan Budaya: Hubungan Simbiotik. Jurnal Ilmu Sosial dan Humanioran