

1. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada masa kini, *fashion* mengalami pertumbuhan dengan pesat. Perkembangan mode busana sejalan dengan perkembangan peradaban manusia yang terkait dengan manusia sebagai makhluk yang berbudaya, yang realitasnya selalu berkembang dari suatu periode ke periode berikutnya (G, 2021). Eskalasi *fashion* tidak hanya dirasakan oleh masyarakat luar negeri, tetapi juga oleh masyarakat tanah air. Dapat dilihat dari pakaian tradisional seperti kebaya. Kebaya dan batik yang merupakan sebuah kebudayaan khas Indonesia, yang kini dapat menjadi bagian dari *fashion* Indonesia. Perubahan modifikasi yang begitu signifikan dari tahun ke tahun, menunjukkan bahwa kebaya sebagai sebuah *fashion*. Dilihat Dari penggunaan kebaya sekitar abad ke-15 atau ke-16 Masehi dan penggunaan batik sejak akhir abad ke-18 atau awal abad ke-19 Masehi. *Fashion* Indonesia tidak lagi diartikan hanya sekedar suatu konstruksi kebudayaan asli Indonesia seperti dahulu (Stella et al., n.d.). Namun telah menjadi alat representasi diri seseorang di hadapan khalayak.

Pakaian (*fashion*) memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia selain sebagai penutup tubuh. Sebagai kebutuhan sekunder pakaian atau sandang menjadi kebutuhan sehari-hari yang selalu dibutuhkan manusia. Namun, pakaian saja tanpa tubuh pengguna hanya sebatas kain yang dibentuk. Menurut Wilson “pakaian tanpa tubuh bukanlah pakaian” (Hollows, 2010). Hal ini menunjukkan tubuh memerlukan pakaian sebagai alat pelindung dari segala cuaca, sedangkan pakaian dipakai tubuh untuk mengomunikasikan diri dan relasinya dengan masyarakat. Dengan sengaja pakaian yang merupakan bagian dari *fashion* digunakan seseorang untuk dapat tampil menarik, serta mengekspresikan dirinya pada khalayak umum (Winto, 2021).

Melalui *fashion* sebuah narasi identitas pengguna di paparkan di masyarakat. *Fashion* telah menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi, sosial dan budaya di suatu masyarakat (Hasyim, 2013). Secara tidak sadar pun kita melihat identitas seseorang melalui apa yang mereka kenakan. Carlyle (1978) memberikan pandangan bahwa *fashion* (pakaian) merupakan pelambang jiwa yang dapat menunjuk siapa pemakainya. Maka dari itu *fashion*, pakaian yang dikenakan oleh seseorang menunjukkan identitas dirinya di masyarakat. Selain itu pakaian dan *fashion* kerap digunakan membuat penilaian terhadap nilai sosial atau

status orang lain berdasarkan apa yang dipakai orang tersebut (Barnard, 2011). Secara tidak langsung *fashion* menjadi sebuah alat komunikasi non-verbal yang mencerminkan tentang siapa diri penggunanya.

Terdapat nilai-nilai yang dipromosikan atau dikomunikasikan melalui apa yang ditampilkan dalam sebuah *fashion*. Tak hanya dianggap sebagai sebuah karya seni, *fashion* juga dipergunakan sebagai simbol dan cerminan budaya yang dibawa. Sebagai alat komunikasi nonverbal, *fashion* memproduksi serta mempertukarkan makna dan nilai-nilai. Pemakaian *fashion* pada seseorang dapat menarasikan nilai-nilai budaya yang dibawanya. Maka ditegaskan *fashion* merupakan sebuah fenomena komunikatif dan kultural yang digunakan oleh suatu kelompok untuk mengonstruksikan dan mengomunikasikan identitasnya (“Fashion Sebagai Pencitraan Diri Dan Identitas Budaya Indonesia,” 2015)

Indonesia dengan keberagaman budaya yang melimpah. Dapat menghasilkan banyak jenis pakaian tradisional (daerah) sesuai dengan kebudayaan masing-masing. Menurut Barnard (2011), Pakaian dan *fashion* dianggap sebagai fenomena kultural suatu budaya yang dipahami sebagai sistem penandaan keyakinan, nilai-nilai, ide, dan pengalaman. Bahkan, menjadi suatu penandaan keanggotaan dari suatu kelompok tertentu. Mengutip Desmond Morris dalam Barnard (2011), pakaian merupakan pajangan budaya (*cultural display*) yang mengomunikasikan afiliasi budaya pemakainya. Dengan demikian, pakaian dan *fashion* seseorang dapat menunjukkan identitas budaya mereka.

Potret penggunaan *fashion* sebagai identitas juga diterapkan dalam berbagai media massa baik itu melalui surat kabar/ majalah, iklan, televisi, buku serta film (“Perkembangan Fashion Di Indonesia,” 2022). *Fashion* memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik visual, khususnya pada media berbasis audio visual. Pemilihan pakaian, aksesoris dan segala hal yang berkaitan dengan gaya berpenampilan seseorang dalam media menggambarkan karakter yang sengaja diciptakan. Bahkan apabila pakaian tersebut dianggap sebuah kostum. Terdapat makna dan tujuan dari penggunaan kostum terhadap karakter tersebut, bukan hanya untuk penggambaran nyata kehidupan sehari-hari (Stutesman, 2011). Dengan demikian, *fashion* menjadi bagian penting yang digunakan dalam karakter yang tercipta pada media massa untuk membantu penyampaian pesan secara nonverbal.

Fashion dan film pada saat ini menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Film sebagai media berbasis visual, menjadikan *fashion* hal penting. Hal ini dikarenakan *fashion* menjadi sesuatu yang tampak terlihat oleh penonton. Sedangkan bagi *fashion*, media dianggap sebagai

kunci kesuksesan dalam memperkenalkan dan menyebarkan *fashion* kepada dunia luar (Fashion Dan Peran Media, 2023). Hal ini menunjukkan perpaduan antara *fashion* dan film merupakan sinergi dinamis yang melampaui sekadar estetika.

Pada film *fashion* yang dikenakan sebuah tokoh disebut dengan kostum. Sebagai bagian dari *fashion* atau gaya busana karakter, kostum berperan penting dalam komunikasi pesan dalam film. *Fashion* dalam media memiliki kemampuan luar biasa dalam menyampaikan karakter, norma masyarakat, dan nuansa budaya, sehingga berkontribusi signifikan terhadap keseluruhan narasi (Singh, 2023). Maka dari itu, *fashion* memainkan peran penting dalam menciptakan momen-momen berkesan di layar. Baik itu transformasi karakter melalui perubahan kostum atau penggunaan *fashion* untuk menandai era tertentu, pakaian menjadi alat penceritaan yang kuat dan dapat diterima oleh penonton lama setelah kredit diputar (*The Evolving Intersection of Fashion and Film*, 2023).

Dikutip dari artikel *Grazia Magazine* (Gereige, n.d.), Interaksi antara film dan *fashion* berhasil menciptakan beberapa kostum ikonik yang kini memiliki makna menonjol di dalam masyarakat. Salah satu contoh paling menonjol dari *fashion* yang membentuk sebuah film adalah penggambaran ikonik Holly Golightly oleh Audrey Hepburn dalam "Breakfast at Tiffany's." *Little Black Dress* rancangan Hubert de Givenchy menjadi simbol keanggunan dan kecanggihan yang tak lekang oleh waktu. Kostum tersebut dengan sempurna menggambarkan karakter Holly yang glamor namun penuh teka-teki dan sejak itu menjadi gambaran abadi dalam sejarah sinematik. Selain itu, kostum dapat menjadi alat penggambaran masa film terjadi.

Film lain yang sering terkenal karena desain kostumnya adalah "The Great Gatsby". Kostum dalam film ini dengan mudah membawa penonton kembali ke era mewah dan mewah di tahun 1920-an. Kostum memberi pembuat film alat yang ampuh untuk menyampaikan informasi tentang latar belakang, kepribadian, dan perjalanan karakter. Misalnya, dalam film "Black Panther," desainer kostum Ruth E. Carter dengan cemerlang menggunakan pakaian untuk mewakili kekayaan warisan dan tradisi budaya Wakanda. Kostum masing-masing karakter menggabungkan unsur-unsur yang terinspirasi oleh pakaian suku Afrika, menampilkan identitas masing-masing dan berkontribusi terhadap pembangunan dunia film secara keseluruhan.

Melalui film banyak informasi mengenai dunia sekitar bahkan dunia semu dibawa oleh tiap cerita dalam film. Hal ini memberikan akses bagi para penonton mengenal dan menerima berbagai kebudayaan baru, tak terkecuali mengenai gaya berpakaian atau *fashion* (Cusack, 2023). Gaya berpakaian dalam film yang sedang populer sering kali menjadi dapat menjadi

sebuah tren *fashion* baru di masyarakat. Sebab tak langsung media dapat menjadi tempat penyalur dan menyebarkan apa yang sedang menjadi tren atau populer dalam gaya berpakaian, juga dapat memberikan *tips and trick* cara berpakaian. Maka dari itu, penggunaan media terhadap *fashion* mampu mengubah tren *fashion* dengan cepat (*Fashion Dan Peran Media*, 2023).

Alfathoni & Manesah (2020) mengungkapkan bahwa sebagai media komunikasi massa, film merupakan sebuah produk audio visual. Mereka juga menjelaskan bahwa film adalah kumpulan utuh suatu potongan gambar yang berbentuk audio visual dan mempunyai kemampuan untuk merekam realitas sosial budaya di dalamnya. Realitas sosial yang ditampilkan dalam film membangun makna atau pesan yang berusaha disampaikan. Maka dari itu sering sekali film digunakan sebagai atribut media massa yang efektif dalam menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat.

Menurut Wibowo (2007), film adalah alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak melalui media cerita. Film juga merupakan medium ekspresi artistik, alat para seniman dan insan perfilman dalam rangka mengutarakan gagasan-gagasan dan ide cerita. Pesan yang disampaikan tak hanya disampaikan melalui dialog, serta alur cerita. Namun juga melalui tayangan visual dan audio yang dibawa dalam film. Salah satu film yang memiliki makna tidak hanya secara alur cerita melainkan melalui visualnya adalah film serial *Gadis Kretek*



Gambar 1.1 Poster film serial “Gadis Kretek”

Sumber: Netflix, 2023

Film serial gadis kretek ditayangkan pertama kali pada platform Netflix pada 2 November 2023. Diproduksi oleh BASE Entertainment dan Fourcolours Films, gadis kretek menjadi serial orisinal Netflix pertama di Indonesia. Disutradarai oleh sepasang suami istri, Kamila Andini dan Ifa Isfanyah. Serial ini dihadirkan dengan genre drama dengan bumbu romansa di tahun 1960an (Netflix, n.d). Kepopuleran Gadis Kretek membawa film serial ini berhasil menempati posisi Top 10 Netflix *Series Non-English* di sebanyak 22 negara (Suseno, 2023).

Bercerita mengenai seorang perempuan muda di era tahun 1960, film serial gadis kretek menayangkan visual kejayaan industri kretek di era itu. Dasiyah atau Jeng Yah (diperankan oleh Dian Sastrowardoyo) tengah melakukan perjalanan penemuan jati diri sebagai wanita pengrajin kretek. Dengan cita-cita besarnya untuk membuat kretek terbaik dari industri keluarganya. Dalam perjalanannya, ia mengalami pergolakan sebab menentang tradisi di industri rokok kretek, serta budaya patriarki yang tengah mendesaknya untuk berhenti melanjutkan pekerjaannya.

Ambisi Dasiyah yang tinggi dalam menjadi peracik saus kretek—inti sari dari sebuah kretek. Terpaksa harus dihancurkan sebab perempuan hanya dapat terlibat pada proses pelinting kretek. Selain itu, adanya larangan perempuan terlibat dalam meracik saus sebab kabarnya perempuan yang menjajaki ruang saus mengakibatkan rasa asam pada kretek. Hal ini membuat Dasiyah hampir harus menghilangkan mimpinya. Selain persoalan kretek dan perempuan, serial Gadis Kretek juga menyoroti kisah cinta Dasiyah di tengah tragedi pembantaian 1965.

Dikutip dari popmama.com (Oktaviani, 2023), film serial Gadis Kretek diangkat dari novel berjudul sama. Ditulis oleh Ratih Kumala, novel Gadis Kretek diterbitkan pada tahun 2012 oleh Gramedia Pustaka Utama. Penulis menuangkan kisah terinspirasi dari pabrik rokok kretek kakek Ratih. Sang kakek yang mempunyai usaha pabrik kretek rumahan di daerah Muntilan, Magelang, Jawa Tengah. Meskipun mendapatkan cerita mengenai pabrik kretek milik kakeknya dari ungkapan mama dan keluarganya. Ratih Kumala terus melakukan riset yang mendalam sebelum menuliskan Gadis Kretek. Risetnya membuahkan hasil dengan buku Gadis Kretek menerima penghargaan Kusala Sastra Khatulistiwa tahun 2012. Maka dari itu, film serial ini ditayangkan dengan judul yang sama dengan buku.

Jalan cerita hidup Dasiyah yang tertuang dalam film serial Gadis Kretek divisualkan sesuai dengan latar tempat dan waktu yang terjadi di Jawa tengah pada tahun 1960an. Keseluruhan visual mulai dari *art and props*, hingga pada pakaian yang dikenakan Dasiyah menggambarkan cerita hidupnya. Salah satu visual yang ikonik dari Dasiyah adalah *fashion* yang dikenakannya.

Dengan tren pada tahun 1945 sampai 1960-an, kebaya semakin meluas dalam kehidupan rakyat Indonesia, baik di kawasan pedesaan maupun perkotaan (Astuti, 2020). Maka dari itu kebaya menjadi *fashion* yang dipilih sebagai kostum yang dikenakan aktris untuk menggambarkan kisah Dasiyah.



Gambar 1.2 Cuplikan film serial “Gadis Kretek” episode 1: Jeng Yah
Sumber: Netflix, 2023

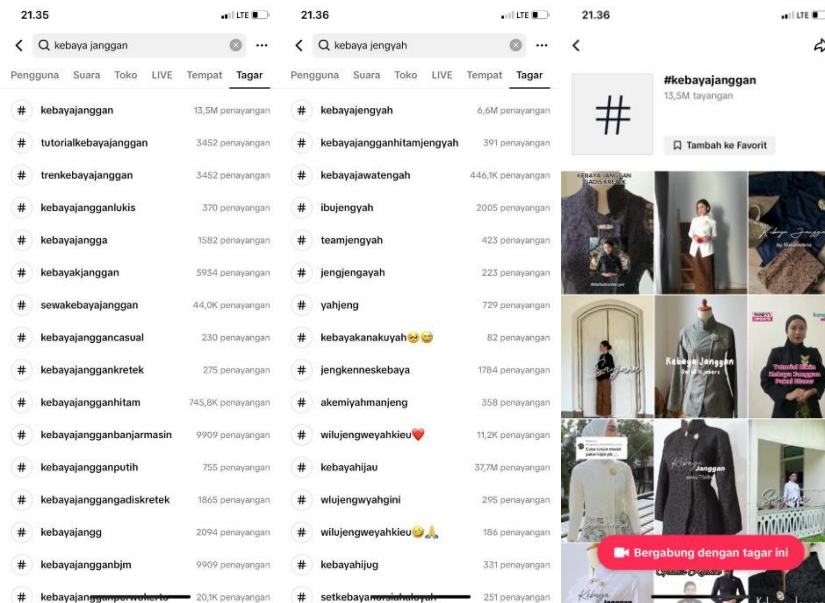
Layaknya para perempuan di tahun 1960an, banyak dari mereka mengenakan kebaya sebagai pakaian sehari-hari. Di tengah maraknya penggunaan kebaya kartini, kutu baru, bahkan encim, Dasiyah digambarkan mengenakan kebaya Janggan. Kebaya yang masih awam dikenal dan digunakan bagi banyak orang. Meskipun demikian, kebaya ini termasuk salah satu jenis kebaya tradisional Indonesia. Khususnya sebagai salah satu penutup bagian atas busana adat abdi dalam *estri* Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat (*Ragam Busana Adat Abdi Dalem Estri*, 2019) Kekhasan kebaya janggan ini ditandai dengan kerah tinggi bak cheongsam dan juga surjan (busana adat pria Jawa) yang menutup area leher. Penggunaan kebaya ini dalam film serial *Gadis Kretek* sanggup memberikan tampilan elegan ketika dipakai (Tim CNN Indonesia, 2023).

Pemilihan kebaya oleh penata busana, Hagai Pakan sebagai bagian dari *fashion* Dasiyah dianggap peneliti sebagai suatu hal ikonis. Hal ini dikarenakan kebaya janggan bukan merupakan pakaian sehari-hari masyarakat pada umumnya, terkecuali abdi dalam *estri* Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat (Tim CNN Indonesia, 2023). Meskipun demikian, kebaya ini selalu dipakai oleh Ibu Ratna Ningsih istri Pengeran Diponegoro yang selalu setia mendampingi beliau berperang melawan Belanda (Nugroho, 2022). Dengan demikian, penggunaan kebaya janggan sebagai kostum *dasiyah* memiliki makna tersendiri.

Di antara banyak karakter yang tampil pada serial Gadis Kretek, penelitian ini berfokus pada salah satu karakter utama, Dasiyah (Jeng Yah). Satu-satunya karakter perempuan yang memang berperan aktif sepanjang cerita berkecimpung dalam dunia industri kretek. Selain itu juga, Dasiyah sebagai seseorang anak perempuan pertama pemilik industri kretek ia mengalami banyak pergolakan dalam melanjutkan industri milik ayahnya. Penggambaran tokoh Dasiyah ini tidak hanya disampaikan melalui dialog, gerak tubuh, intonasi. Namun, juga melalui kostum yang dikenakan aktris dalam menggambarkan Dasiyah. Gaya busananya yang cukup mencolok dan berbeda dari perempuan masa itu, memiliki interpretasi sesuai dengan diri Dasiyah.

Selain itu, terdapat berbagai fenomena yang menjadi alasan penunjang, peneliti berfokus hanya memaknai kostum Dasiyah. Fashion karakter Dasiyah dengan kepopulerannya di masyarakat, menjadikan salah satu bagian dari kostumnya, yakni kebaya janggan menjadi ikonis. Namun, kebaya janggan yang berawal sebagai kebaya adat abdi dalam karaton tentu mempengaruhi pemaknaan *fashion* kostum Dasiyah secara keseluruhan. Hal ini tentu menarik untuk dapat dimaknai mengenai *fashion* yang dikenakan oleh Dasiyah dalam film serial Gadis Kretek. Dengan demikian, pada penelitian ini memiliki batasan hanya meneliti *fashion* kostum Dasiyah, yang meliputi keseluruhan pakaian, alas kaki, aksesoris, tata rias dan rambut. Dengan menelitinya secara mendalam dengan melihat *fashion* sebagai komunikasi dalam mengkomunikasikan diri karakter dan budaya Jawa.

Dalam kelima episode film serial Gadis Kretek dengan durasi kurang lebih 60 menit, terdapat dua zaman yang ditampilkan secara berkesinambungan. Kedua era ditampilkan secara baik melalui visual, dengan *fashion* tiap era menjadi pembeda yang menonjol. Namun, visual *fashion* kostum Jeng Yah pada zaman 1960an mendapatkan atensi lebih. Khususnya ditunjukkan melalui ketenaran kebaya Janggan di sosial media.



Gambar 1.3 tagar berkaitan dengan kebaya Dasiyah (Jeng Yah), kebaya janggan

Sumber: tiktok.com

Berdasarkan hasil penelusuran pada Desember, 2023 tampak tagar #KebayaJanggan ramai di sosial media (tiktok.com, Des 23). Dengan 13,5 Juta tayangan konten berhubungan dengan kebaya yang kerap dikenakan oleh Dasiyah (Jeng Yah) ini. Tampak pada tagar ini, banyak wanita bergaya mereka ulang *fashion* ala Dasiyah dengan kebaya janggan dilengkapi bros emas serta rok batik. Kebaya ini memang sering dikaitkan dengan kebaya milik Jeng Yah, sebab masyarakat mengetahui kebaya ini dari film serial Gadis Kretek. Tagar #KebayaJengYah pun ramai dibicarakan dengan 6,6 juta tayangan di media sosial tiktok. Dengan kebaya janggan menjadi pusat pembicaraan.

Penampilan Jeng Yah pada film serial Gadis Kretek sanggup membuat kebaya Janggan kini makin dikenal dan merajai tren *fashion* di Tanah Air (Dianawanti, 2023). Kepopuleran pakaian yang dikenakan Dasiyah ini juga membawa banyak orang berbondong-bondong membeli maupun membuat kebaya janggan. Dilansir dalam revolusimental.id (Setia, 2023), seorang penjahit di Garut, Gielang Gumilang mengaku kebanjiran pesanan kebaya janggan sejak serial *Gadis Kretek* tayang. Bahkan baru sepekan dari peluncuran film serial Gadis Kretek Gielang mengaku sudah dapat pesanan sampai 50 kebaya. Dengan kebaya persis seperti Dasiyah yang khas dengan warna hitam menjadi pilihan yang paling banyak dipesan.

Sebagai media komunikasi massa, film merupakan medium ekspresi artistik sebagai alat para seniman dan insan perfilman dalam rangka mengutarakan gagasan-gagasan dan ide cerita (ADRIANSYAH, 2017). Ekspresi ini dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, salah satunya dalam kostum karakter. Tata busana (*fashion*) dapat diartikan sebagai suatu pesan bagi penonton. Maka dari itu, *fashion* digunakan sebagai alat komunikasi non verbal. Komunikasi non verbal dilakukan melalui isyarat yang bukan berupa kata-kata (Mulyana, 2010).

Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Albert Mehrabian mengenai pesan yang disampaikan melalui komunikasi non verbal, dikemukakan bahwa sebanyak 93% dari pesan yang disampaikan adalah melalui non verbal sedangkan sisanya sebanyak 7% merupakan pesan yang disampaikan secara verbal. Maka dari itu pesan non verbal dianggap lebih berpengaruh dari pesan verbal. Apalagi dalam media komunikasi seperti film yang lebih banyak menunjukkan visual. Salah satu jenis komunikasi non verbal adalah arti faktual (Desideria, 2011). Danesi (dalam Rakhmat, 2013) mengartikan komunikasi arti faktual sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artefak misalnya pakaian, dandanan, dan barang perhiasan. Sehingga busana, pakaian, kostum, dan dandanan adalah bentuk komunikasi arti faktual (*artifactual communication*).

Sebagai media komunikasi nonverbal, *fashion* memiliki pengaruh tidak hanya pada tokoh. Melainkan pada lingkungan dia hidup, status sosialnya, hingga kesulitan yang tengah dihadapi tokoh. Fashion dapat berkomunikasi secara tidak langsung dalam menceritakan kisah dari tokoh yang tidak sempat disampaikan dalam film serial. Ketika orang memilih dan memutuskan untuk mengenakan pakaian tertentu, maka secara tidak langsung orang tersebut telah menggunakan pesan non verbal. Bahkan ketika seseorang tidak peduli dengan pakaian yang dikenakannya, orang di sekelilingnya memiliki penafsiran tersendiri terhadap orang tersebut. Hal ini mengarah pada fungsi komunikasi dari pakaian yang dikenakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam suasana formal maupun informal (Barnard, 2011).

Dalam menunjang penelitian mengenai komunikasi *fashion* peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang dapat menunjang penelitian. Penelitian pertama adalah penelitian oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin, Makassar, Muhammad Hasyim. Penelitian ini berjudul "Fashion sebagai Komunikasi: Analisis Semiotis atas Fashion Jokowi pada Pemilihan Presiden 2014". Penelitian ini melihat bagaimana Jokowi sebagai salah satu calon presiden berkomunikasi politik melalui *fashion* dalam pemilihan presiden Indonesia 2014. Penelitian ini menggunakan metode teori semiologi Barthes, dengan meneliti fungsi tanda

yang terdiri atas denotasi dan konotasi. Hasil penelitian menjabarkan bahwa *fashion* merupakan media komunikasi politik yang digunakan calon presiden Jokowi. Secara denotasi, ditampilkan kemeja putih lengan panjang yang digulung yang dikenakan Jokowi, dan dipadukan/diserasikan dengan celana kain berwarna hitam serta sepatu berwarna coklat. Pada tataran konotasi tanda *fashion* kemeja putih dikaitkan dengan suatu konsep, makna, atau tema kultural tertentu yang lebih luas yang sudah dipahami oleh masyarakat yaitu konsep sederhana dan merakyat.

Penelitian terdahulu yang juga dijadikan penunjang penelitian ini berasal dari Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makassar, Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dengan judul “Fashion sebagai Media Komunikasi (Analisis Semiotik Fashion Kontroversial Lady Gaga)” oleh Christiany Juditha. Penelitian ini menggunakan pendekatan Pierce untuk mengetahui makna simbol-simbol pada *fashion* kontroversi Lady Gaga yang terdiri dari tanda, objek dan penafsir. Hasil temuan dari penelitian ini menampilkan bahwa Lady Gaga tidak lepas dari hal-hal kontroversi, tak terkecuali *fashion* yang dikenakan. Lady Gaga dikenal karena menggunakan simbol-simbol penghinaan agama. Namun meskipun banyak mendapat kritikan, tetapi melalui kostum-kostumnya itu Lady Gaga ingin mengkomunikasikan tentang dirinya yang bebas dan tidak diatur oleh aturan apa pun serta bebas melakukan apa saja yang ia sukai termasuk mengenakan *fashion*.

Penelitian lain yang ditemukan adalah penelitian dari mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Indonesia, Monica Stella Angelina dan Pinkey Triputra (2015). Penelitian ini membahas mengenai Fashion sebagai presentasi diri Ines Ariani. Hasil temuan penelitian ini dilihat dari pemaknaan denotasi dan konotasi *fashion* yang dikenakan oleh Ines Ariani. Dengan pemilihan warna pakaian yang terang dan saling bertabrakan dilengkapi potongan-potongan pakaian yang unik dengan tidak jarang memperlihatkan bagian tubuhnya menggambarkan diri Ines Ariani yang berani, percaya diri, terbuka, *open minded*, *rebel* dan aneh. Hal ini menunjukkan kepribadian Ines yang sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa *fashion* dan pakaian lebih dari pelindung tubuh, yakni sebagai cara seseorang berkomunikasi.

Penelitian terakhir yang ditemukan oleh peneliti adalah mengenai “Kajian Pakaian sebagai Pesan dalam Film Studi Kasus Kostum Karakter Kylo Ren dalam Film *Star Wars: The Force Awakens*” oleh Agustina Kusuma Dewi, Runi Andanari, dan Sabeth Uttara (2019) dari Institut Teknologi Bandung. Penelitian ini membahas mengenai kajian kostum karakter untuk mengidentifikasi bagaimana tindak komunikasi terjadi melalui pengayaan visual kostum dalam film. Hasil temuan dari penelitian ini adalah *fashion* karakter mengandung pesan

yang dapat dimaknai baik secara estetika maupun fungsi *fashion* sebagai “kultur” yang terkonvensi. Selain itu pemaknaan terkait pula pada proses persepsi audiensi dalam membangun sebuah identitas simulasi, identitas atas ragam karakter.

Beberapa penelitian terdahulu memiliki kesamaan dan perbedaan. Kesamaan ada pada penggunaan metode penelitian semiotika, tetapi dengan sudut pandang ahli yang berbeda-beda. Pada umumnya meneliti tentang tanda dan simbol-simbol yang terdapat pada *fashion* yang dikenakan. Pada penelitian sebelumnya oleh Muhammad Hasyim, menggunakan teori semiologi Barthes yang membagi fungsi tanda terdiri atas denotasi dan konotasi. Metode penelitian yang sama juga dilakukan pada penelitian oleh Monica Stella Angelina dan Pinckey Triputra. Bahwa penelitian sebelumnya melihat makna *fashion* menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes. Pada dasarnya studi semiotika melihat proses komunikasi sebagai pembangkitan makna dalam sebuah pesan, baik oleh pembuat pesan maupun penerima pesan (Fiske, 1990). Sedangkan, pembeda dari penelitian-penelitian sebelumnya ada pada subjek dan objek penelitian. Subjek dari penelitian terdahulu merupakan *fashion* dari seseorang, baik yang tampak pada media maupun dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan objek berfokus hanya pada garmen yang dikenakan.

Keterbaharuan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dibanding penelitian sebelumnya ada pada subjek. Meski dengan menggunakan metode yang sama dengan kebanyakan penelitian sebelumnya yakni metode semiotika dengan teori Roland Barthes. Penelitian ini memiliki subjek yang berbeda yang berfokus pada sebuah tokoh dalam film serial. Mengambil tokoh dari film serial Gadis Kretek, Dasiyah. Pada penelitian ini menganalisis keseluruhan tampilan *fashion*, Dasiyah selaku salah satu pemeran utama menjadi subjek yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang lain.

Melihat fenomena yang terjadi pada *fashion* yang dikenakan oleh Dasiyah, peneliti ingin menerapkannya dalam melihat makna yang ingin disampaikan melalui komunikasi *fashion*. Dengan melihat pada karakter Dasiyah (Jeng Yah) pada film serial Gadis Kretek. Peneliti menjadikan *fashion* yang dikenakan Dasiyah (Jeng Yah) sebagai objek penelitian. Hal ini dikarenakan *fashion* sebagai media komunikasi non verbal memiliki pengaruh yang lebih kuat dibanding komunikasi verbal. Sedangkan subjek dari penelitian ini merupakan karakter utama perempuan film serial gadis kretek, Dasiyah (Jeng Yah). Seorang karakter wanita terpopuler dalam salah satu film serial Indonesia orisinal Netflix 2023.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana *fashion* digunakan sebagai komunikasi pada kostum Dasiyah dalam film serial ‘Gadis Kretek’”

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap makna dari *fashion* sebagai komunikasi dengan menganalisis Kostum Dasiyah (Jeng Yah) dalam serial Gadis Kretek.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini, yakni sebagai berikut:

2.1.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait analisis semiotika dalam menelisik komunikasi *fashion*. Serta menambah pengetahuan pembaca tentang pengaruh *fashion* dalam pemaknaan pesan dalam serial “Gadis Kretek”.

2.1.2 Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memberikan sumbangan pemikiran terkait drama serial, *fashion* dan hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi *fashion*. Selain itu, juga memberikan pembaca pengetahuan untuk mengkritisi pesan yang dikomunikasikan lewat pesan non-verbal berupa *fashion* dalam media yang dikonsumsi.

1.5. BATASAN PENELITIAN

Peneliti telah meneliti kelima episode dalam film serial Gadis Kretek dengan estimasi durasi episode kurang lebih 60 menit per episode. Dengan fokus pada *scene* yang menceritakan mengenai Dasiyah (Jeng Yah), sebagai karakter utama perempuan. Fokus bertitik pada keseluruhan pakaian, aksesoris dan tatanan rambut karakter utama Dasiyah (Jeng Yah). Titik fokus ini dipilih untuk dapat diteliti mengenai makna dari *fashion*, sebagai komunikasi nonverbal dalam film. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis semiotik dengan pendekatan

kualitatif. Analisis semiotik adalah analisis yang meneliti tentang tanda yang dalam penelitian ini adalah tanda dan simbol-simbol yang terdapat pada *fashion*.

1.6. SISTEMATIKA PENELITIAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bab dengan sub-bab yang disusun secara bertahap dan berkesinambungan untuk mendukung isi dari masing-masing bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini tersusun sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah yang menyebabkan adanya penelitian ini. Dalam bab 1 juga terdapat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penelitian.

BAB 2: TINJUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang sudah dirumuskan. Antara lain: Film sebagai komunikasi massa, komunikasi nonverbal, kostum, *fashion*, *fashion* sebagai komunikasi, teori semiotika dan teori semiotika Roland Barthes yang sesuai dengan topik utama dalam penelitian ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Berisi definisi konseptual, jenis penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, unit analisis, jenis sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data (triangulasi).

BAB 4: ANALISIS DATA

Berisi tentang penjelasan gambaran umum objek penelitian, yakni karakter Dasiyah (Jeng Yah) drama serial “Gadis Kretek”, termasuk penggambaran penokohan dan tata busana yang digunakan. Bab ini juga menjelaskan mengenai temuan data, analisis data, dan interpretasi data dari tata busana yang dikenakan oleh objek penelitian dalam film serial Gadis Kretek.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian analisis semiotika *fashion* Dasiyah (Jeng Yah) dalam serial “Gadis Kretek yang telah dilakukan oleh peneliti. Pada bab ini juga terdapat saran akademis dan saran praktis yang ditujukan pada peneliti dan pembaca.