

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Kajian pustaka dalam penelitian ini dibutuhkan guna mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat melakukan telaah terhadap perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, menghindari adanya persamaan perspektif dengan penelitian ini. Adapun kajian pustaka yang peneliti gunakan yakni berkaitan dengan penelitian-penelitian tentang komunikasi artifaktual, identitas, dan fashion atau pakaian. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu dan peneliti gunakan untuk kajian pustaka sebagai berikut:

Jurnal ilmiah, penelitian yang dilakukan oleh Nurul et al. (2021), “Pemaknaan Pakaian Khas Masyarakat Sedulur Sikep Sebagai Identitas Sosial” berfokus pada analisis terkait cara masyarakat sedulur sikep mempertahankan budaya melalui berpakaian, penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan observasi dan wawancara. menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan teori sistem semiotik. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis data interaktif Miles & Huberman (1994). Pada model interaktif, reduksi data dan penyajian data memperhatikan hasil data yang dikumpulkan, kemudian proses penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa masyarakat Sedulur Sikep tetap mempertahankan cara berpakaian khas mereka yaitu untuk menghargai sesama Sedulur Sikep. Cara berpakaian yang khas dari Sedulur Sikep merupakan karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan kelompok lain.

Jurnal ilmiah, penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2021), “Komunikasi Non Verbal Artifaktual Melalui Pakaian Sebagai Media Pembentukan Identitas Diri Pada Mahasiswi Bercadar Di Universitas Bengkulu” membahas tentang bagaimana cadar sebagai simbol yang dapat mengkomunikasikan secara non-verbal artifaktual emosi, mempengaruhi tingkah laku dan mengkomunikasikan diferensiasi mahasiswi bercadar Universitas Bengkulu dalam membentuk identitas diri. Jurnal ini juga mengeksplorasi konsep interaksi simbolik dan bagaimana individu menegosiasikan makna melalui interaksi sosial. menggunakan teori interaksi simbolik berdasarkan aspek (mind), (self) dan (society). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teori dasar yang digunakan pada penelitian Sari et al. (2021) adalah George Herbert Mead. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cadar tidak dapat mengkomunikasikan emosi dan suasana hati informan, karena mereka memilih menjalankan anjuran agama dengan menggunakan pakaian yang berwarna gelap, sehingga pemilihan pakaian dan cadar yang mereka kenakan tidak dipengaruhi emosi dan suasana hati mereka. Pakaian dan cadar juga, mempengaruhi tingkah laku orang lain terhadap informan, orang lain lebih menghormati, segan menjaga sikap, dan menjaga interaksi. Pakaian dan cadar dapat mengkomunikasikan Diferensiasi (perbedaan) informan dengan mahasiswi lainnya yang terlihat dari penampilan fisik, kepribadian serta tingkah laku mereka saat berinteraksi yang menunjukkan identitas perempuan muslimah yang taat, bertakwa, memiliki pemahaman agama yang baik, menjaga diri dari perilaku yang tercela, menjaga tutur kata, serta sangat menjaga interaksi dengan lawan jenis.

Jurnal ilmiah, penelitian yang dilakukan oleh Netty Lisdiantini et al. (2019), “ PERANAN FASHION DAN PAKAIAN SEBAGAI KOMUNIKASI IDENTITAS SOSIAL”. menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Dalam menganalisis data penulis menggunakan analisis data interaktif Miles dan Huberman. Pada model interaktif, reduksi data dan penyajian data memperhatikan hasil data yang dikumpulkan, kemudian proses penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil dari penelitian ini ialah menjelaskan bahwa pengambilan kebijakan berbusana dilatarbelakangi oleh kondisi cara berpakaian para Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis yang belum totalitas mencerminkan calon tenaga kerja kantor yang siap pakai. Pakaian seragam yang dikenakan para Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis menunjukkan identitas dan tradisi di Program Studi Administrasi Bisnis.

Jurnal ilmiah, penelitian yang dilakukan oleh Syarafa et al. (2020) “Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu”. menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik penetapan informan menggunakan teknik purposive sampling. Teori acuan yang digunakan adalah teori interaksi sosial dari Henry Tajfeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fashion merupakan bagian penting bagi mahasiswa karena fashion merupakan hal yang menjadi apresiasi dari orang lain menjadi kunci utama dalam kepercayaan diri mereka dan membuat identitas mereka terbentuk di lingkungan perkuliahan mereka melalui fashion yang mereka kenakan dan

informan berpendapat bahwa mereka mengikuti aturan berpakaian dari Fakultas maupun dari dosen yang bersangkutan, dan mahasiswa FISIP lebih mengarah kepada cara mereka untuk mengkategorisasikan gaya berpakaian mereka dengan gaya berpakaian yang ada dan yang mereka rasa cocok dan membuat mereka percaya diri saat berada di lingkungan kampus.

Penelitian sebelumnya mengamati peran pakaian dalam mengungkapkan informasi, makna, dan identitas kepada orang lain. Penelitian sebelumnya juga mengakui bahwa pakaian dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan ekspresi diri. Selain itu, penelitian sebelumnya melibatkan populasi atau sampel seperti remaja, mahasiswa bercadar, individu pada umumnya, dan mahasiswa FISIP. Penelitian terdahulu menggunakan metode deskriptif analisis dengan data kualitatif.

Berdasarkan tema penelitian yang diangkat oleh peneliti, penelitian ini berfokus untuk memahami interaksi simbolik masyarakat pada pakaian sebagai media komunikasi artifaktual dalam membentuk identitas sosial melalui pemakaian sarung pada kegiatan sehari-hari oleh laki-laki di desa Moktesareh Kecamatan Kedungdung Kabupaten Sampang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didasarkan pada studi kasus yang dikemukakan oleh Robert. K. Yin, yang dimana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan Miles dan Huberman. Lebih lanjut, penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik yang dikemukakan oleh (Blumer, 2013; Bruce & Blumer, 1988) hal ini menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya yang menggunakan teori interaksi sosial, dan teori interaksi simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead. Disamping itu, terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yaitu, hanya mencakup subjek laki-

laki di Desa Moktesareh Kecamatan Kedungdung Kabupaten Sampang yang menggunakan sarung dalam kegiatan sehari-hari. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan pendekatan teori interaksi simbolik untuk menganalisis makna simbolik yang terkandung dalam pemakaian sarung oleh laki-laki di desa Moktesareh.

## **2.2 Komunikasi**

### **2.2.1 Pengertian Komunikasi**

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti ‘membuat kebersamaan’ atau ‘membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih’. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya ‘berbagi’. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) komunikasi berarti pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Zerfass et al. (2018) dalam penelitiannya mendefinisikan komunikasi sebagai penggunaan interaksi dan pertukaran informasi secara sengaja oleh suatu entitas untuk terlibat dalam percakapan yang memiliki signifikansi strategis bagi tujuannya. Zerfass et al. (2018) menjelaskan bahwa signifikansi strategis mencakup semua bentuk komunikasi yang substansial untuk kelangsungan hidup dan kesuksesan berkelanjutan suatu entitas, termasuk organisasi, gerakan sosial, dan individu di ranah publik. Komunikasi memainkan peran khusus dalam formulasi, revisi, presentasi, pelaksanaan, implementasi, dan operasionalisasi strategi yang merupakan sarana entitas mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya terbatas dan bergerak melalui ketidakpastian (Zerfass et al., 2018).

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Blue (2019) komunikasi adalah proses di mana dunia sosial dibentuk, komunikasi dilakukan melalui berbagai dimensi seperti materi, emosional, afektif, dan simbolis. Blue (2019) menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan tidak hanya pertukaran simbol dan ide, tetapi juga perwujudan percakapan, keberadaan tubuh, dan penggunaan semua indra. Lebih lanjut, Blue (2019) mengungkapkan bahwa komunikasi dapat menjadi sebuah fenomena budaya yang membentuk dan menjaga hubungan sosial yang teratur dan bermakna yang dijalani oleh individu. Secara ringkas, komunikasi dapat dilihat sebagai ritual yang melibatkan konstruksi, negosiasi, kontestasi, dan pemeliharaan makna dalam interaksi sosial, melebihi pandangan sempit tentang pengiriman informasi (Blue, 2019)

Menurut Craig (1999), komunikasi adalah proses penyampaian dan pertukaran informasi, gagasan, atau pesan antara individu atau kelompok yang dilakukan melalui berbagai media, baik verbal maupun nonverbal. Craig (1999) menjelaskan bahwa komunikasi sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.

Dalam buku “Pengantar Ilmu Komunikasi” yang ditulis oleh Cangara (2006) bahwa: Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan manusia, melalui pertukaran informasi, untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. Namun, definisi kontemporer menunjukkan bahwa komunikasi mengacu pada hal-hal sebagaimana

adanya, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan makna” dan “kita mengirimkan pesan” (Mulyana, 2019).

Dari berbagai definisi yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses atau transaksi simbolik yang melibatkan interaksi dan pertukaran informasi secara sengaja antara dua orang atau lebih. Komunikasi ini bertujuan untuk membangun pemahaman bersama melalui pertukaran pesan, dengan makna yang strategis bagi entitas yang terlibat. Komunikasi tidak hanya melibatkan aspek verbal, tetapi juga non verbal, emosional, afektif, dan simbolis. Fenomena komunikasi mencakup semua dimensi kehidupan sosial, melibatkan pertukaran simbol, ide, percakapan, keberadaan tubuh, dan penggunaan indra. Komunikasi juga memiliki peran khusus dalam formulasi, revisi, presentasi, pelaksanaan, implementasi, dan operasionalisasi strategi untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks sumber daya terbatas dan ketidakpastian.

Komunikasi bukan hanya sekedar penyampaian informasi, melainkan sebuah proses kompleks yang melibatkan konstruksi, negosiasi, kontestasi, dan pemeliharaan makna dalam interaksi sosial. Definisi kontemporer komunikasi juga menekankan pada konsep berbagi pikiran, mendiskusikan makna, dan mengirimkan pesan sebagai aspek-aspek yang mencirikan proses komunikasi. Sebagai makhluk sosial, dalam berkomunikasi manusia tak luput dari tindakan pengoperan lambang – lambang atau simbol dalam berkomunikasi. Menurut William Albiger, “komunikasi adalah proses dimana simbol-simbol bermakna dilewatkan antar individu” (Ardianto 2009:76). Komunikasi adalah aktivitas manusia yang sangat

mendasar. Oleh sebab itu, komunikasi merupakan bagian penting dan tidak terpisahkan dari kehidupan manusia sebagai makhluk sosial.

### **2.2.2 Komunikasi Nonverbal**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tracy et al. (2015) Komunikasi nonverbal merujuk pada penyampaian informasi atau pesan tanpa menggunakan kata-kata yang diucapkan atau ditulis. Tracy et al. (2015) mengungkapkan bahwa komunikasi non verbal melibatkan penggunaan ekspresi wajah, gerakan tubuh, bahasa tubuh, postur, nada suara, dan isyarat nonverbal lainnya untuk menyampaikan makna dan emosi. Komunikasi nonverbal memainkan peran penting dalam interaksi sosial sehari-hari dan seringkali dapat menyampaikan lebih banyak informasi dan makna daripada komunikasi verbal saja, komunikasi non verbal juga dapat digunakan sebagai alat yang kuat untuk mengekspresikan emosi, menyampaikan sikap, membangun kedekatan, dan menginterpretasikan isyarat sosial (Tracy et al., 2015).

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas tanpa kata-kata (Kusumawati, 2016). Dalam kehidupan nyata, komunikasi nonverbal lebih banyak digunakan daripada komunikasi verbal. Nonverbal juga dapat diartikan sebagai tingkah laku manusia yang dikirim dengan sengaja dan ditafsirkan sebagaimana dimaksud, dengan potensi umpan balik dari penerima (Kusumawati, 2016). Dalam arti lain, setiap bentuk komunikasi tanpa menggunakan lambang-lambang verbal seperti kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan. Komunikasi nonverbal dapat berupa lambang-lambang seperti gesture, warna, mimik wajah dan lain sebagainya (Kusumawati, 2016).

Komunikasi Non Verbal, menurut Guerrero & Floyd (2005), mencakup berbagai proses penyampaian informasi atau pesan yang tidak bergantung pada

penggunaan kata-kata atau simbol-simbol tertulis. Lebih dari sekadar perkataan, nonverbal communication melibatkan sejumlah elemen komunikasi tanpa kata, seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, suara, dan lingkungan sekitar. Guerrero & Floyd (2005) menjelaskan bahwa ekspresi wajah dapat menjadi penanda yang kuat dari perasaan seseorang, sementara gerakan tubuh bisa mencerminkan sikap atau intensitas emosi yang tidak terucapkan. Kontak mata dapat menambah dimensi keakraban atau kepercayaan dalam sebuah interaksi (Guerrero & Floyd, 2005).

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi nonverbal adalah suatu bentuk komunikasi yang melibatkan penyampaian informasi atau pesan tanpa menggunakan kata-kata yang diucapkan atau ditulis. Lebih lanjut, komunikasi nonverbal mencakup penggunaan ekspresi wajah, gerakan tubuh, bahasa tubuh, postur, nada suara, kontak mata, dan isyarat nonverbal lainnya. Komunikasi ini dapat menyampaikan makna, emosi, sikap, dan pesan lainnya tanpa menggunakan lambang-lambang verbal seperti kata-kata. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi nonverbal seringkali dapat menyampaikan informasi dan makna yang lebih banyak daripada komunikasi verbal saja. Selain itu, komunikasi nonverbal dapat digunakan untuk mengekspresikan emosi, membangun kedekatan, dan menginterpretasikan isyarat sosial.

Berkomunikasi dengan seseorang membawa arti khusus bagi orang itu. Dalam komunikasi nonverbal, kita dapat mengamati gerak-gerik spontan dan gerak-gerik yang disampaikannya, yang dapat menyampaikan informasi kepada kita. Dalam beberapa kasus, komunikasi nonverbal juga dapat membantu kita membentuk makna tertentu. Maka tidak heran jika komunikasi nonverbal dianggap

sebagai bentuk komunikasi yang jujur untuk mengungkapkan sesuatu. Dalam bukunya, Burgoon dan Saine mendefinisikan komunikasi nonverbal sebagai berikut, *“Attributes or action of human, other than the use of words themselves, which have socially shared meaning, are intentionally sent or interpreted as intentional, are consciously sent or consciously received, and have the potential for feedback from the receiver”*.

Komunikasi nonverbal merupakan atribut atau tindakan seseorang, selain dari penggunaan kata-kata yang mana komunikasi nonverbal maknanya dapat ditunjukkan secara sosial. Makna tersebut dapat dikirimkan dengan sengaja atau memang sengaja ditafsirkan, dengan dikirim secara sadar atau diterima secara sadar dan memiliki potensi untuk mendapatkan umpan balik dari penerima pesan. Komunikasi nonverbal adalah semua aspek komunikasi selain kata-kata. Ini tidak hanya mencakup gerak tubuh dan bahasa tubuh. tetapi juga cara kita mengucapkan: nada, jeda, volume, dan aksen. Tanda nonverbal dapat dilihat pada ekspresi wajah dan gerakan tangan. Dalam komunikasi, simbol nonverbal digunakan untuk memperkuat simbol verbal.

### **2.2.3 Komunikasi Artifaktual Sebagai Salah Satu Bentuk Komunikasi Non-Verbal**

Komunikasi artifaktual adalah salah satu model dari komunikasi nonverbal dengan bentuk pakaian untuk menyampaikan pesan-pesan nonverbal. Menurut Barnard (2018) Komunikasi artifaktual dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan berbagai artifak, misalnya pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju, furnitur rumah dan penataannya ataupun dekorasi ruangan (Barnard, 2018). Sedangkan menurut (Enninger, 1984) Komunikasi artifaktual merupakan penyampaian pesan melalui benda-benda yang

dibuat oleh tangan manusia. Misalnya estetika, warna, pakaian, perhiasan, gaya rambut serta aroma seperti parfum dan dupa dianggap sebagai artifaktual.

Lebih jauh, komunikasi artifaktual yang dijelaskan dalam Sadiki (2020) merujuk pada penggunaan pakaian dan hiasan pribadi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan tentang identitas sosial dan dunia interior seseorang. Sadiki (2020) mengungkapkan bahwa komunikasi artifaktual menekankan peran pakaian dalam membentuk identitas sosial dan menyampaikan informasi tentang penampilan, kelas sosial, sikap, gaya, dan kreativitas seseorang. Komunikasi artifak juga mencakup transmisi pesan simbolis melalui budaya pakaian, memengaruhi bagaimana individu dilihat oleh orang lain (Sadiki, 2020). Bentuk komunikasi non-verbal ini memainkan peran signifikan dalam membentuk interaksi sosial dan dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan seseorang, termasuk peluang pekerjaan, harga diri, dan kekuatan sosial.

Sejalan dengan penelitian Sadiki (2020), Istiyanto (2010) mendefinisikan komunikasi artifaktual yang merujuk pada penggunaan objek fisik atau artefak sebagai medium komunikasi untuk mendapatkan wawasan. Istiyanto (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa komunikasi artifaktual melibatkan penggunaan berbagai artefak, tata letak, aksesoris, dan mode sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan mengomunikasikan makna sejarah dan budaya. Bentuk komunikasi ini mencakup transfer kendaraan sejarah, seperti tokoh dan narasi, ke media modern seperti mode, untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman akan pentingnya mempelajari sejarah (Istiyanto, 2010).

Dari beberapa penelitian yang dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi artifaktual adalah bentuk komunikasi nonverbal yang melibatkan

penggunaan objek fisik atau artefak, seperti pakaian, aksesoris, mode, dan benda-benda lain yang dibuat oleh tangan manusia, sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan mengkomunikasikan makna. Komunikasi artifaktual mencakup penggunaan pakaian dan hiasan pribadi sebagai alat untuk menyampaikan informasi tentang identitas sosial, penampilan, kelas sosial, sikap, gaya, kreativitas, sejarah, dan budaya seseorang. Dalam konteks ini, komunikasi artifaktual juga mencakup transmisi pesan simbolis melalui budaya pakaian, memengaruhi persepsi orang lain terhadap individu, serta berperan dalam membentuk interaksi sosial. Selain itu, komunikasi artifaktual dapat diartikan sebagai bentuk penyampaian pesan nonverbal melalui berbagai elemen fisik seperti pakaian, perhiasan, tata letak, dan dekorasi, yang dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan seseorang, termasuk peluang pekerjaan, harga diri, dan kekuatan sosial.

Pakaian menjadi suatu bagian penting dalam kehidupan keseharian kita. Sebagai suatu fenomena komunikasi dan budaya, pakaian sesungguhnya memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan pesan pada orang lain mengenai identitas pemakaiannya. Pakaian menjadi salah satu bentuk proses komunikasi, pakaian dapat menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal. Citra seseorang memegang peranan penting dalam berkomunikasi dengan orang lain dan dengan diri sendiri. Citra diri ini sedikit banyak dipengaruhi oleh citra tubuh dan penampilan seseorang. Seperti halnya jika seragam yang dikenakan oleh petugas militer, polisi, atau medis tidak hanya membedakan mereka dari yang lain, namun juga menyampaikan otoritas, kredibilitas, dan rasa tanggung jawab yang melekat dalam pekerjaan mereka. Dari kasus ini ditemukan bahwa pakaian dapat menyampaikan informasi mengenai status sosial seseorang, pekerjaan, afiliasi

kelompok, keyakinan agama, budaya, dan gaya hidup. Penampilan mempengaruhi perilaku kita dan perilaku orang lain yang berhubungan dengan kita.

Dengan demikian, pesan-pesan nonverbal yang tersampaikan melalui pakaian yang ditampilkan pemakainya, seperti identitas agama dan sosial, nilai-nilai dan budaya disampaikan melalui busana atau identitas sosial yang ditampilkan oleh pemakainya. Dalam komunikasi artifaktual, penggunaan pakaian dengan gaya tertentu dalam komunikasi artifaktual dapat menimbulkan persepsi tentang kepribadian dan citra diri dari pemakainya melalui pesan nonverbal didalamnya.

#### **2.2.4 Pakaian Sebagai Media Komunikasi**

Pakaian merupakan media komunikasi dan memegang peranan penting. Seperti halnya artefak atau benda lainnya, pakaian diartikan sebagai tanda yang dapat mewakili kepribadian dan karakter pemakainya. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, akan tetapi juga berperan sebagai tanda yang berkaitan dengan sistem lainnya di masyarakat, serta melalui pakaian kita dapat menyampaikan pesan tentang status sosial kita, kepercayaan, pandangan politik dan hal lainnya (Agatha & Winduwati, 2023). Secara keseluruhan, pakaian memberikan gambaran visual tentang seseorang kepada orang lain. Cara menyusun pakaian yang dikenakan menciptakan gaya. Gaya ini menciptakan citra dan identitas diri.

Warna, tekstur, dan pola pada pakaian membantu dalam menciptakan citra yang diinginkan, seperti menunjukkan keceriaan, romantisisme, kecerdasan, keanggunan, modernitas, atau konservatif (Astuti, 2022). Pengaturan khusus dari gaya pakaian disebut seragam. Seragam memberitahu orang lain terkait identitas pemakainya. Desain seragam harus sesuai dengan jenis pekerjaan yang kita lakukan; sebagai contoh, seragam pemadam kebakaran menggunakan kain tahan api untuk melindungi mereka dari panas. Warna seragam juga bisa mencerminkan

pekerjaan tertentu, seperti pekerja kesehatan yang sering mengenakan seragam putih. Posisi dan pangkat pekerja di organisasi juga dapat terlihat dari aksesoris dan lencana di seragam. Orang-orang di dalam organisasi biasanya tahu arti dari aksesoris dan lencana tersebut. Seragam juga mencerminkan citra organisasi yang diwakili oleh pemakainya.

Pakaian adalah alat semiotika, mesin komunikasi (Winarni, 2012) Pakaian merupakan salah satu benda yang nyata dapat memberikan pesan nonverbal kepada orang yang berkomunikasi dengan kita karena dapat menyampaikan pesan. Pakaian bisa dilihat sebelum kata-kata terdengar. Pesan yang dibawa oleh pakaian bergantung pada sejumlah variabel, seperti latar belakang budaya, pengalaman, dan sebagainya. Penampilan mempengaruhi perilaku kita dan perilaku orang lain yang berhubungan dengan kita.

Dalam bukunya yang berjudul "Fashion sebagai Komunikasi," Barnard (2018) menyajikan konsep bahwa pakaian atau busana memiliki beragam fungsi yang melampaui sekadar sebagai sarana komunikasi. Menurut Barnard (2018), pakaian juga berperan sebagai bentuk perlindungan, mengekspresikan kesopanan, menyembunyikan identitas, merayu perhatian, mengekspresikan diri secara individualistik, mendefinisikan peran sosial, mencerminkan nilai dan status sosial, mengandung simbol politis, mencerminkan kondisi religius, dan bahkan berfungsi sebagai sarana rekreasi. Barnard (2018) menyiratkan bahwa pakaian bukan hanya sekadar lapisan luar fisik, melainkan juga sebagai medium yang tak langsung mengungkapkan ekspresi individu. Bagaimana seseorang memilih untuk berpakaian tidak hanya tergantung pada kebutuhan fungsional, tetapi juga mencerminkan bagaimana mereka ingin mempresentasikan diri dalam berbagai

konteks, seperti pertemuan formal, lingkungan sekolah, atau periode liburan. Oleh karena itu, dari satu lingkungan ke lingkungan lainnya, penampilan seseorang dapat berubah dan menyesuaikan diri sesuai dengan tuntutan situasional dan sosial yang berbeda. Dengan demikian, pakaian bukan hanya sekadar produk materi, melainkan juga menjadi bahasa visual yang merangkum berbagai aspek kehidupan dan interaksi sosial.

Kefgen dan Specht (dalam Sihabudin, 2022)) menyebutkan ada tiga dimensi informasi yang bisa disampaikan melalui pakaian, yaitu:

**a) Emosi**

Busana memiliki kemampuan unik untuk menjadi bahasa visual yang mengkomunikasikan emosi dan perasaan seseorang. Ketika seseorang memilih pakaian untuk dikenakan, maka busana bukan hanya tentang gaya atau fungsi, tetapi juga merupakan ekspresi dari keadaan emosional pemakai. Warna dan motif pada pakaian memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan emosional. Pilihan warna pada pakaian dapat memberikan indikasi langsung tentang suasana hati seseorang. Pakaian dengan warna cerah seperti kuning atau merah muda dapat mencerminkan kebahagiaan, kegembiraan, atau semangat positif. Sebaliknya, warna-warna gelap seperti hitam atau abu-abu sering dikaitkan dengan suasana hati yang lebih serius, sedih, atau melankolis.

Motif pada pakaian juga turut berkontribusi dalam mengekspresikan emosi. Pakaian dengan motif yang ceria, seperti bunga-bunga atau pola geometris yang menarik, dapat menggambarkan keceriaan dan keoptimisan. Di sisi lain, pola berkabung atau desain yang lebih sederhana dan serius dapat mencerminkan suasana hati yang lebih suram atau berkabung. Melalui

pemilihan warna dan motif, individu dapat secara tidak langsung berbagi perasaan dan kondisi emosional terhadap orang-orang di sekitarnya.

#### **b) Tingkah Laku**

Pakaian bukan hanya sekadar penutup tubuh, melainkan juga merupakan salah satu elemen yang memainkan peran penting dalam membentuk perilaku individu dan bagaimana orang lain meresponsnya. Gaya berpakaian dapat mencerminkan kepribadian, status sosial, atau bahkan pandangan hidup seseorang. Pada tingkat yang lebih dalam, pakaian memiliki kemampuan untuk memengaruhi sikap dan tindakan seseorang. Pakaian formal seperti seragam sekolah cenderung menciptakan suasana yang lebih teratur dan disiplin. Penggunaan seragam ini biasanya diatur dengan aturan tertentu, yang dapat membentuk perilaku siswa menjadi lebih teratur dan menghargai norma-norma yang berlaku. Keterbatasan dalam pemilihan pakaian juga dapat mengurangi variasi penampilan personal, memungkinkan fokus lebih pada prestasi dan kerja sama di antara individu.

Di sisi lain, pakaian kasual atau santai memberikan kebebasan lebih dalam berekspresi diri. Pilihan pakaian yang lebih longgar dan informal dapat mencerminkan sikap yang lebih santai dan tidak terlalu formal. Orang yang mengenakan pakaian santai mungkin cenderung bersikap lebih ramah dan mudah bergaul, terlepas dari batasan-batasan formalitas. Pakaian jenis ini sering kali memungkinkan individu untuk mengekspresikan kepribadian mereka dengan lebih bebas. Tidak hanya memengaruhi pemakainya, pakaian juga memiliki dampak besar terhadap cara orang lain menanggapi dan merespons individu yang mengenakannya.

Orang seringkali membentuk pendapat pertama mereka berdasarkan penampilan fisik, termasuk pakaian yang dikenakan seseorang. Pakaian formal dapat menimbulkan kesan profesional dan dapat diandalkan, sementara pakaian kasual dapat menciptakan kesan keakraban dan keterbukaan. Dapat disimpulkan bahwa pakaian berfungsi sebagai sarana komunikasi non-verbal yang kuat. Gaya berpakaian bukan hanya sekadar pemilihan pakaian, melainkan juga merupakan cara untuk berbicara tentang diri sendiri tanpa mengucapkan kata-kata.

**c) Differensiasi (Perbedaan)**

Busana tidak hanya sekadar sekumpulan pakaian, melainkan juga sebuah bentuk komunikasi visual yang memberikan informasi tentang identitas seseorang atau kelompok. Pakaian bukan hanya sekadar penutup tubuh, tetapi juga merupakan alat untuk menyampaikan pesan yang kompleks tentang bagaimana seseorang ingin dilihat oleh dunia atau bagaimana suatu kelompok ingin diidentifikasi. Busana memiliki kemampuan untuk membedakan identitas individu atau kelompok satu dengan yang lain. Pakaian menjadi alat yang kuat untuk mengekspresikan afiliasi terhadap suatu kelompok, seperti agama, budaya, atau ras tertentu. Melalui pemilihan busana, seseorang dapat dengan jelas menyatakan rasa memiliki terhadap nilai-nilai atau tradisi yang mewakili identitas kelompoknya.

Seseorang dapat memilih untuk mengenakan pakaian tradisional yang mencerminkan identitas budayanya, menggambarkan kebanggaan akan warisan budaya yang dimiliki. Pilihan tersebut tidak hanya membedakan individu tersebut dari kelompok lain, tetapi juga berfungsi sebagai deklarasi

visual tentang identitasnya. Begitu pula, pilihan busana juga dapat mencerminkan keyakinan agama seseorang, mengukuhkan ikatan spiritual dengan kelompok yang memiliki nilai-nilai serupa. Dapat disimpulkan bahwa busana menjadi sebuah bentuk ekspresi diri yang kuat, tidak hanya sebagai penanda gaya personal, tetapi juga sebagai medium untuk menyampaikan pesan tentang identitas, afiliasi, dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh individu atau kelompok tertentu. Hal ini menegaskan bahwa busana memiliki peran yang mendalam dalam membentuk citra diri dan mengekspresikan keberagaman identitas manusia.

#### **2.2.5 Konsep Identitas**

Komunikasi yang dilakukan sehari-hari tidak lepas dari adanya komunikasi nonverbal. Penampilan yang dikenakan sehari-hari membentuk cerminan diri seseorang. Dalam hal ini, individu dapat mengekspresikan konsep identitas diri melalui cara berpakaian. Secara epistemologi, kata identitas berasal dari kata *identity*, yang berarti kondisi atau kenyataan tentang sesuatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain. Identitas umumnya dimengerti sebagai suatu kesadaran akan kesatuan dan kesinambungan pribadi, suatu kesatuan unik; kesatuan dan kesinambungan yang mengintegrasikan semua gambaran diri baik yang diterima dari orang lain maupun yang diimajinasikan sendiri tentang apa dan siapa dirinya serta apa yang dapat dibuatnya dalam hubungan dengan diri sendiri dan orang lain.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Drummond (2021) konsep identitas mengacu pada ciri-ciri, kualitas, dan atribut yang menentukan seseorang atau sekelompok orang. Konsep identitas mencakup rasa diri, termasuk sifat pribadi, keyakinan, nilai, dan pengalaman yang membedakan individu yang satu

dengan yang lainnya (Drummond, 2021). Lebih lanjut, Drummond (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa identitas dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, interaksi sosial, pengalaman pribadi, dan persepsi individu. Konsep identitas adalah konsep yang kompleks karena memainkan peran penting dalam membentuk perilaku, hubungan, dan rasa memiliki dari seorang individu (Drummond, 2021).

Sejalan dengan (Drummond, 2021)), Krause & Arenhart (2019) dalam penelitiannya mendefinisikan identitas sebagai hubungan yang memberikan perbedaan individualitas yang berakar pada gambaran metafisika. identitas merupakan konsep dasar yang diberikan kepada suatu objek yang menandakan bahwa ada satu atau beberapa hal yang membedakan dengan yang lainnya (Krause & Arenhart, 2019). Dari konsep identitas yang dihasilkan oleh seseorang, kepribadian seperti apa yang ditunjukkan dalam lingkungan sosialnya dapat diketahui. Kepribadian ini mempengaruhi cara individu dalam berpakaian, dan kepribadian seperti apa yang ingin ditampilkan pada lingkungan sekitarnya (Krause & Arenhart, 2019).

Identitas secara sederhana dipandang suatu hal yang melekat pada diri seseorang, yang membedakan seseorang dengan orang lain, seperti yang dituturkan oleh (Barker, 2012) bahwa identitas adalah soal kesamaan dan perbedaan tentang aspek personal dan sosial, tentang kesamaan seseorang dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan seseorang dengan orang lain. Melalui penampilan berpakaian seseorang, kepribadian seperti apa yang ada pada diri orang tersebut dapat diamati (Barker, 2012). Oleh karena itu, dengan segala penampilan yang

ditampilkan dapat mempengaruhi persepsi atau citra diri individu di lingkungan sosial.

Identitas merupakan tanda (*sign*) yang membedakan seseorang dengan orang lain. Identitas adalah esensi yang bisa ditandakan (*signified*) dengan tanda-tanda, selera, keyakinan, sikap dan gaya hidup (Barker, 2012). Identitas juga dimaknai sebagai penciptaan batasan-batasan, yang di dalamnya terdapat label-label tertentu, dan identitas seseorang tidak terlepas dari proses-proses seperti pengalaman hidup, latar belakang keluarga, dan lingkungan (Barker, 2012). Identitas sosial mewakili kelompok tempat seseorang berada, seperti ras, etnis, pekerjaan, dan usia.

Berdasarkan pemahaman-pemahaman yang disampaikan oleh penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa identitas adalah elemen kunci dari realitas objektif, dan seperti semua realitas subjektif, ia terkait dengan dialektika sosial. Identitas dibentuk oleh proses sosial yang ditentukan oleh struktur sosial. Identitas kemudian dipertahankan, dimodifikasi dan bahkan dibentuk kembali melalui hubungan sosial. Di sisi lain, identitas yang muncul dari interaksi antara organisme, kesadaran individu, dan struktur sosial bereaksi terhadap struktur yang diberikan, memelihara, memodifikasi, dan bahkan membentuknya kembali.

#### **2.2.6 Pakaian dari Segi Budaya**

Komunikasi tidak selalu terjadi melalui kata-kata, dan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang signifikan adalah melalui penampilan fisik. Dalam konteks ini, pakaian menjadi suatu fenomena budaya yang telah melintasi berabad-abad. Di Indonesia, pakaian tidak hanya sekadar busana; ia mencerminkan keragaman ras, adat istiadat, dan tradisi yang kaya di berbagai penjuru negeri. Pakaian adat Indonesia memiliki keunikan dalam desain, corak, dan simbolisme

yang tidak hanya mencerminkan keindahan seni, tetapi juga menggambarkan identitas budaya masyarakat setempat. Dengan melibatkan unsur-unsur seperti warna, motif, dan jenis kain, pakaian adat Indonesia menjadi suatu bentuk komunikasi visual yang kuat, mempertahankan warisan budaya yang beragam dan memperkuat rasa identitas di tengah masyarakat yang multikultural.

Budaya dapat dikonseptualisasikan dalam berbagai cara, tetapi secara umum mengacu pada keyakinan bersama, nilai, adat istiadat, dan perilaku suatu kelompok (Raeff et al., 2020). Budaya mencakup sistem sosial, politik, dan ekonomi yang membentuk identitas individu dan memengaruhi tindakan serta interaksi mereka (Raeff et al., 2020). Budaya tidaklah statis dan dapat berkembang seiring waktu, serta memainkan peran penting dalam membentuk perilaku dan perkembangan individu (Raeff et al., 2020). Budaya adalah sistem nilai, kepercayaan, norma, bahasa, simbol, dan praktik yang dimiliki bersama oleh anggota kelompok atau masyarakat, sedangkan komunikasi adalah proses penyampaian informasi dan pemahaman antara individu atau kelompok melalui penggunaan simbol dan bahasa (Samovar, 2010:27 dalam Budiarti & Yuliani, 2020).

Budaya merupakan gambaran cara hidup suatu kelompok yang melibatkan ekspresi nilai dan makna tertentu, mencakup seni, pembelajaran, institusi, dan perilaku sehari-hari. Dalam konteks ini, terdapat keterkaitan yang erat antara budaya dan komunikasi, di mana keduanya saling mempengaruhi. Seperti yang diungkapkan oleh Hall, ia menyatakan bahwa "Budaya adalah komunikasi, dan komunikasi adalah budaya" (Samovar, 2010: 25 dalam Budiarti & Yuliani, 2020). Dalam aspek tertentu, pakaian dapat dianggap sebagai elemen budaya karena

mencerminkan makna dan nilai yang diungkapkan melalui cara seseorang berpakaian dan berpenampilan. Pilihan pakaian seseorang dapat memberikan insight tentang identitas, tradisi, dan norma budaya yang dipegang oleh individu atau kelompok. Dengan demikian, pemahaman terhadap hubungan antara budaya dan komunikasi, termasuk melalui aspek pakaian, memainkan peran penting dalam membuka jendela pemahaman lintas budaya dan mempromosikan penghargaan terhadap keberagaman budaya yang ada.

Pakaian dalam konteks budaya Indonesia yang sangat Islami tidak hanya menjadi representasi mode busana, tetapi juga mencerminkan kuatnya nilai-nilai agama Islam yang melekat dalam masyarakat. Pakaian-pakaian ini tidak sekadar mengikuti tren, melainkan acuan terhadap prinsip-prinsip ajaran Islam. Kesederhanaan, kepatutan, dan penutupan aurat menjadi fokus utama dalam desain dan pemilihan pakaian Islami di Indonesia. Salah satu jenis pakaian tradisional Islami yang sangat populer di Indonesia adalah busana Muslim. Busana ini sering terdiri dari gamis, yaitu baju panjang longgar yang menutupi seluruh tubuh, dilengkapi dengan baju berlengan panjang dan rok atau celana panjang yang longgar (Bakri, 2014; Susanto & Kumara, 2019).

Penggunaan busana Muslim ini mencerminkan kepatuhan terhadap aturan syariat Islam yang menekankan pada pemeliharaan kesucian dan keseimbangan antara kenyamanan dan ketertiban dalam berbusana. Selain busana Muslim, pakaian adat daerah di Indonesia juga memiliki desain yang mengikuti nilai-nilai Islami. Misalnya, di Aceh terdapat baju kurung yang mencerminkan identitas Islami secara khas. Sementara di Jawa, penggunaan sarung dan kebaya yang dimodifikasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam menjadi daya tarik tersendiri. Di Sulawesi,

jubah menjadi salah satu pilihan yang mencerminkan keanggunan dan kesederhanaan sesuai dengan ajaran Islam (Azisi, 2020).

### **2.2.7 Sarung Sebagai Artifak Pakaian dalam Budaya Jawa**

Sarung merupakan warisan budaya yang sangat berharga dalam kehidupan masyarakat Jawa. Sebagai sejenis kain panjang, sarung digunakan dengan cara dililitkan atau dibalut di sekitar pinggang dan kaki, khususnya oleh para pria. Pentingnya sarung dalam budaya Jawa tercermin dari pandangan Prof. Dr. Koentjaraningrat, seorang ahli antropologi, yang menyebutkan dalam bukunya "Budaya Jawa" bahwa sarung bukan sekadar pakaian, melainkan sebuah simbol identitas dan kearifan lokal yang merepresentasikan budaya Jawa (Bakri, 2014; Darmojo, 2018). Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jawa, sarung bukan hanya sekadar pakaian, melainkan sebuah simbol kultural yang mendalam. Sarung juga memainkan peran sentral dalam acara budaya, upacara adat, dan pertemuan formal di Jawa, menjadi bagian tak terpisahkan dari tradisi dan tata nilai masyarakat. Dengan demikian, sarung bukan hanya sebuah artefak pakaian, tetapi juga sebuah warisan budaya yang membawa makna mendalam dalam kehidupan sehari-hari dan peristiwa-peristiwa penting di Jawa.

Sarung, sebagai salah satu pakaian khas Indonesia, tidak hanya sekadar pakaian, tetapi juga telah menjadi bagian yang sangat penting dari budaya dan tradisi masyarakat Indonesia. Pada umumnya, sarung terbuat dari bahan katun, sutra, atau kain tenun tradisional, dan ditandai dengan beragam pola dan warna yang unik. Sebagaimana diungkapkan oleh Fatimah (2020) pemilihan sarung dalam budaya Jawa sering mencerminkan status sosial pemakainya. Sarung yang terbuat dari sutra, dengan pola yang rumit dan warna yang kaya, seringkali menjadi pilihan bagi orang-orang dengan status sosial yang tinggi. Di sisi lain, sarung yang terbuat

dari katun cenderung memiliki pola yang lebih sederhana dan banyak dipakai oleh masyarakat umum. Selain sekadar menjadi pakaian sehari-hari, sarung juga menjadi simbol status sosial dan keanggunan dalam masyarakat. Pemilihan bahan dan desain sarung dapat mengungkapkan identitas sosial seseorang dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Kain sutra yang mewah dan penuh warna mencerminkan kemewahan, sementara sarung katun yang sederhana menunjukkan kesederhanaan. Oleh karena itu, sarung tidak hanya berperan sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai wujud ekspresi budaya dan status dalam masyarakat Indonesia yang kaya akan keberagaman dan tradisi.

## **2.3 Landasan Teori**

### **2.3.1 Teori Interaksionisme Simbolik**

Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer pada tahun 1936. Teori yang dikemukakan oleh Herbert Blumer merupakan teori pengembangan yang digagas oleh George Herbert Mead pada tahun 1920 an. Pemahaman terhadap teori interaksi simbolik sangat penting untuk mendapatkan interpretasi yang lebih mendalam terhadap fenomena sosial (Côté, 2015). Perspektif ini memiliki ide dasar yang terkait erat dengan realitas sosial yang muncul melalui proses interaksi, serta keterkaitannya dengan kemampuan manusia dalam menciptakan dan memanipulasi simbol. Pendekatan interaksi simbolik menitikberatkan pada negosiasi terbuka mengenai definisi situasi, di mana makna bersama dibentuk.

Inti dari interaksionisme simbolik adalah penekanan pada kajian sifat interaksi sebagai aktivitas sosial manusia yang dinamis. Dalam perspektif ini, diasumsikan bahwa individu pada dasarnya bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan serta menunjukkan perilaku yang kompleks dan tak terduga. Dengan

kata lain, interaksionisme simbolik menolak ide bahwa individu hanya merupakan organisme pasif yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan atau struktur luar. Sebaliknya, individu dianggap sebagai entitas dinamis yang selalu mengalami perubahan. Karena individu merupakan elemen utama dalam masyarakat, hal ini menyiratkan bahwa masyarakat juga mengalami perubahan melalui interaksi antar individu.

Interaksi dianggap sebagai faktor kunci dalam membentuk perilaku manusia, bukan hanya sebagai pengaruh pada struktur masyarakat. Perspektif ini menyatakan bahwa struktur masyarakat dapat dibentuk dan dipengaruhi oleh interaksi manusia. Pandangan fenomenologi Schütz mendukung konsep ini, di mana tindakan, ucapan, dan interaksi individu dianggap sebagai syarat pokok untuk keberadaan sosial setiap manusia. Schütz meyakini bahwa pengetahuan kategori pertama ini bersifat pribadi dan unik bagi setiap individu ketika berinteraksi langsung dengan orang lain (Mulyana, 2019).

### **2.3.2 Ide Dasar Teori Interaksi Simbolik**

Dalam pandangan interaksi simbolik yang ditekankan Blumer adalah proses sosial dalam kehidupan kelompok yang menciptakan dan memperkuat aturan, bukan aturan yang menciptakan dan memperkuat kehidupan kelompok. Dalam hal ini, interaksi simbolik memandang masyarakat sebagai suatu proses interaksi simbolik. Dalam perspektif Blumer, teori interaksi simbolik mengandung beberapa ide dasar, yaitu:

1. Masyarakat terdiri atas manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk struktur sosial;

2. Interaksi terdiri atas berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi non simbolik mencakup stimulus respons, sedangkan interaksi simbolis mencakup penafsiran tindakan-tindakan;
3. Objek-objek tidak memiliki makna yang intrinsik. Makna lebih merupakan produk interaksi simbolis. Objek-objek tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu objek fisik, objek sosial, dan objek abstrak;
4. Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal. Mereka juga melihat dirinya sebagai objek;
5. Tindakan manusia adalah tindakan interpretasi yang dibuat manusia itu sendiri;
6. Tindakan tersebut saling berkaitan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Ini merupakan “tindakan bersama”. Sebagian besar “tindakan bersama” tersebut dilakukan berulang-ulang, namun dalam kondisi yang stabil. Kemudian di saat lain ia melahirkan kebudayaan (Blumer, 2013).

Kesimpulan Blumer mengatakan bahwa ada tiga premis utama teori interaksi simbolik, yaitu:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
2. Mana itu diperoleh dari interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain.
3. Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung (Blumer, 2013).

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menunjukkan bahwa perilaku manusia harus dipandang sebagai suatu proses yang memungkinkan manusia untuk membentuk

dan mengatur perilakunya dengan memperhatikan harapan orang lain yang berinteraksi dengannya. Dalam menjelaskan konsepnya tentang interaksi simbolik, Blumer menunjuk pada keunikan perilaku atau interaksi manusia. Kekhasan yang membuatnya unik adalah manusia saling menginterpretasikan, mendefinisikan tindakan mereka, bukan hanya tindakan seseorang dalam menanggapi orang lain. Tanggapan seseorang tidak dilakukan secara langsung dalam tindakan, tetapi sesuai dengan “makna” yang diberikan. Dengan demikian, interaksi dibingkai melalui penggunaan simbol, interpretasi, dan menemukan makna dalam tindakan orang lain. Dalam konteks ini, menurut Blumer, actor akan memilih, memeriksa, berpikir, mengelompokkan, dan mentransformasikan makna sesuai situasi dan kecenderungan tindakannya (Basrowi & Sukidin, 2002).

Pada bagian lain, Blumer (2013) mengatakan bahwa individu bukan dikelilingi oleh lingkungan objek-objek potensial yang mempermainkan dan membentuk perilakunya, sebaliknya ia membentuk objek-objek itu. Dengan cara ini, manusia adalah agen sadar dan reflektif yang menyatukan apa yang mereka ketahui melalui apa yang disebut self-reference. Artinya, proses komunikasi yang berkelanjutan di mana seorang individu belajar tentang sesuatu dalam konteks sosial, mengevaluasinya, memberikan makna padanya, dan bertindak atasnya. Menurutnya dalam teori interaksi simbolik mempelajari suatu masyarakat disebut “tindakan bersama”.

#### **2.4 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini bertujuan untuk mengarahkan dan membatasi ruang lingkup studi kualitatif, sekaligus memberikan landasan untuk pemilihan data yang relevan. Pendekatan ini, sebagaimana diungkapkan oleh Moloeng. (2015); Moloeng Lexy (2007), memiliki tujuan ganda yaitu membatasi penelitian agar lebih

terfokus dan memungkinkan pemilihan data yang paling relevan bagi tujuan penelitian. Perspektif Spradley, yang disampaikan dalam karya Sugiyono (2016) menambahkan bahwa fokus dalam konteks penelitian dapat merujuk pada satu domain tunggal atau beberapa domain terkait dari situasi sosial. Dengan demikian, fokus penelitian tidak hanya menjadi suatu pembatasan, tetapi juga menjadi panduan dalam menentukan area kajian yang dapat memberikan wawasan mendalam terhadap aspek-aspek tertentu dalam situasi sosial yang diteliti. Dengan memahami dan menerapkan fokus penelitian ini, peneliti diharapkan dapat lebih efektif dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang memiliki relevansi signifikan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

Adapun yang peneliti maksud dengan pakaian sebagai media komunikasi artifaktual, khususnya dalam membentuk identitas sosial melalui pemakaian sarung oleh laki-laki di Desa Moktesareh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang pada kegiatan sehari-hari adalah pengambilan keputusan dalam menggunakan sarung dibandingkan pakaian lain dalam kegiatan sehari-hari, kontribusi pakaian sarung dalam membentuk identitas sosial, dan mengetahui symbol apa saja yang terkandung dalam pembentukan identitas dari sarung yang digunakan, yang meliputi harga, bahan, warna, dan merek. Melalui penelitian ini diharapkan dapat dipahami bagaimana pemakaian sarung dalam konteks masyarakat lokal mempengaruhi persepsi diri, hubungan sosial dan identitas sosial.

## **2.5 Asumsi Dasar**

Asumsi atau anggapan dasar ini merupakan suatu gambaran sangkaan, perkiraan, satu pendapat atau kesimpulan sementara, atau suatu teori sementara yang belum dibuktikan. Menurut Kaligis et al. (2023), asumsi dasar juga dapat diartikan sebagai keyakinan atau anggapan awal yang dipegang oleh peneliti

mengenai fenomena yang akan diteliti. Asumsi dasar tersebut membantu peneliti dalam memahami fenomena yang diteliti dan memberikan arah bagi penelitian yang akan dilakukan. Dalam melakukan penelitian, peneliti perlu menyadari asumsi dasar yang dimilikinya, karena asumsi dasar yang salah dapat mempengaruhi hasil penelitian yang didapatkan.

Berdasarkan dari pengertian asumsi diatas, maka asumsi yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah: bahwa pemakaian sarung oleh laki-laki di Desa Moktesareh berperan penting dalam membentuk identitas sosial mereka. Pemilihan jenis sarung, harga, corak dan warna yang dipilih, serta norma-norma yang terkait dengan pemakaian sarung dapat memberikan informasi tentang identitas pribadi, status sosial, afiliasi budaya, dan hubungannya dengan masyarakat.

