

OPINI PUBLIK TERHADAP TREN PENGGUNAAN BUSANA VINTAGE DI KALANGAN MASYARAKAT KABUPATEN LUMAJANG (Studi Kasus Pada Butik Ekavia Collection)

Adelia Andini Salsabila¹, Juariyah²,
Universitas Muhammadiyah Jember
Adelia.islamic@gmail.com¹, Juariyahumj@gmail.com²

Abstract

This research aims to examine public opinion regarding the trend of wearing vintage clothing among the people of Lumajang Regency. Vintage fashion refers to clothing or accessories that were produced in an earlier period, but are making a comeback in today's fashion trends. This research is important to understand how the people of Lumajang Regency respond and view the use of vintage clothing in the context of their culture and identity. The research method uses a qualitative descriptive research method, which uses interview and documentation data collection techniques. The questions in this survey cover aspects such as knowledge about vintage clothing, preferences for wearing vintage clothing, reasons behind choosing vintage clothing, identifying emerging patterns and trends in public opinion regarding the use of vintage clothing. The research results show that the majority of respondents in Lumajang Regency have knowledge about vintage fashion and some of them are interested in following it as a fashion trend. The main reasons for choosing vintage fashion are unique design, sentimental value, and self-expression.

Keywords: Fashion, Vintage Clothing, Communication, Public Opinion

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji opini publik terhadap tren penggunaan busana vintage di kalangan masyarakat Kabupaten Lumajang. Busana vintage mengacu pada pakaian atau aksesoris yang diproduksi pada periode sebelumnya, namun kembali populer dalam tren mode saat ini. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana masyarakat Kabupaten Lumajang merespons dan memandang penggunaan busana vintage dalam konteks budaya dan identitas mereka. Metode penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Pertanyaan dalam survei ini mencakup aspek-aspek seperti pengetahuan tentang busana vintage, preferensi penggunaan busana vintage, alasan di balik pemilihan busana vintage, Mengidentifikasi pola dan tren yang muncul dalam opini publik terkait penggunaan busana vintage. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden di Kabupaten Lumajang memiliki pengetahuan tentang busana vintage dan beberapa di antaranya tertarik untuk mengikutinya sebagai tren mode. Alasan utama untuk memilih busana vintage adalah keunikan desain, nilai sentimental, dan ekspresi diri.

Keyword: Fashion, Busana Vintage, Komunikasi, Opini Publik

PENDAHULUAN

Munculnya globalisasi berdampak pada perkembangan budaya di berbagai negara. Sebagai hasil dari globalisasi, keterlibatan manusia bebas dan tidak terbatas. Penyebaran informasi yang cepat dicocokkan dengan kemudahan di mana berbagai aspek tren budaya dan trend fashion dari berbagai sumber dapat dipertukarkan. Tidak dapat disangkal bahwa di era modern, pengetahuan menyebar dengan cepat ke seluruh dunia, tentunya hal ini dapat menimbulkan tren – tren baru yang terus bermunculan. Tren – tren yang sangat terlihat dan mencolok perubahannya tentunya dalam hal penampilan seseorang dalam berbusana atau fashion seseorang. Kebutuhan manusia pada zaman millennial seperti sekarang tentunya lebih beragam dan selalu berubah – ubah mengikuti tren yang bersifat dinamis.

Sehingga, ada peningkatan kebutuhan manusia. Selain kebutuhan mendasar, kebutuhan gaya hidup, tingkat sosial, dan lain-lain. Untuk memenuhi tuntutan gaya hidup ini, manusia mulai berlomba-lomba untuk menghasilkan sesuatu yang menarik. Salah satu kebutuhan penting yang mulai berkembang menjadi gaya hidup di zaman modern ini adalah selera mode dalam berpakaian. Orang dapat membeli kebutuhan mereka di pusat perbelanjaan dan melalui perdagangan elektronik (E-commerce). Gaya berpakaian adalah salah satu persyaratan mendasar yang mulai menjadi Gaya hidup (Okvitasari & Wahuningsih, 2019).

Pada era milenial seperti sekarang, fashion merupakan suatu entitas yang sangat dipandang oleh khalayak ramai, khususnya bagi para kawula muda fashion menjadi identitas diri bagi mereka dan fashion juga dapat menjadi suatu cara mengungkapkan ekspresi bagi mereka yang ingin memberikan suatu pesan dari cara mereka untuk berpakaian. Penampilan dan gaya kehidupan sehari-hari menjadi komponen pelengkap. Awalnya, pakaian berfungsi untuk melindungi area tubuh tertentu dari hawa dingin dan membuat kita nyaman di cuaca panas (Prayoga, 2021).

Trend busana vintage dikalangan masyarakat tentunya akan menimbulkan opini yang berbeda – beda pada setiap individu. Secara singkat, opini berarti pendapat. Sudut pandang ini adalah tanggapan terbuka (terbuka) terhadap suatu masalah ataupun jawaban yang dinyatakan berdasarkan kata-kata yang diajukan secara tertulis ataupun lisan. Seseorang yang sedang mengeluarkan sebuah opini, bisa dilihat dari komunikasi verbal dan non verbalnya (Juariyah, 2019). Paduan dari opini setiap individu (masyarakat)

menciptakan opini publik. Jadi opini publik mencakup semua sikap yang dimiliki oleh individu dalam publik agar mendorong terjadinya tingkah laku yang terpusat pada satu masalah utama dalam suatu debat antar individu tersebut (Juariyah, 2019). Setiap individu akan menyampaikan persepsi yang berbeda – beda terkait tren busana vintage tersebut karena setiap individu memiliki pemikiran, pandangan dan tanggapan yang berbeda – beda tergantung dari pola pemikiran mereka sendiri (Juariyah & Wijayanti, 2020).

Berdasarkan Observasi penelitian, peneliti mengambil studi kasus di butik Ekavia Collection dikarenakan Butik Ekavia Collection yang telah berdiri sejak tahun 2020 memang dibuat bertujuan untuk memperkenalkan busana bergaya vintage, butik ini memfokuskan penjualan busana-busana bergaya vintage untuk semua kalangan baik pria maupun wanita. Keberadaan Butik Ekavia Collection sudah cukup dikenal oleh masyarakat Kabupaten Lumajang dan memiliki banyak pelanggan, oleh karena itu Butik Ekavia Collection menjadi salah satu faktor yang memicu timbulnya tren busana vintage dikalangan masyarakat Kabupaten Lumajang.

TINJAUAN PUSTAKA

Jenis Komunikasi

Pada umumnya setiap orang dapat berkomunikasi satu sama lain karena manusia tidak hanya makhluk individu tetapi juga makhluk sosial yang selalu mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Namun tidak semua orang terampil berkomunikasi, oleh sebab itu dibutuhkan beberapa cara dalam menyampaikan informasi. Berdasarkan cara penyampaian informasi dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu:

- a. Komunikasi verbal (Lisan) Yang terjadi secara langsung serta tidak dibatasi oleh jarak, dimana kedua belah pihak dapat bertatap muka.
- b. Komunikasi nonverbal (Tertulis) Naskah, yang biasanya digunakan untuk menyampaikan kabar yang bersifat kompleks.

Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi di mana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan melalui tulisan atau lisan. Komunikasi verbal memiliki peranan yang signifikan, karena ide, pemikiran, atau keputusan lebih mudah disampaikan secara verbal daripada nonverbal. Diharapkan dengan menggunakan komunikasi verbal, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) dapat lebih mudah

memahami pesan yang disampaikan. Sebagai contoh, komunikasi verbal melalui lisan dapat dilakukan melalui telepon, sedangkan komunikasi verbal melalui tulisan dilakukan melalui media seperti surat, lukisan, gambar, grafik, dan sejenisnya.

Di sisi lain, komunikasi nonverbal adalah komunikasi di mana pesan disampaikan tanpa menggunakan kata-kata. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi nonverbal jauh lebih umum digunakan daripada komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal secara otomatis turut terlibat dalam proses komunikasi. Komunikasi nonverbal juga cenderung lebih jujur dalam mengungkapkan maksudnya karena bersifat spontan. Bentuk komunikasi nonverbal dapat berupa lambang-lambang seperti gerakan tubuh, warna, ekspresi wajah, dan lain sebagainya. Komunikasi nonverbal memiliki peranan yang penting, dan seringkali komunikasi verbal yang tidak efektif disebabkan oleh kurangnya penggunaan komunikasi nonverbal yang baik secara bersamaan. Melalui komunikasi nonverbal, seseorang dapat memperoleh kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, seperti kegembiraan, ketidaksukaan, cinta, rindu, dan berbagai perasaan lainnya. Dalam konteks bisnis, komunikasi nonverbal dapat membantu komunikator memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan.

Teori Opini Publik

Definisi Opini

Menurut Cultip dan Center dalam Sastropetro (1987), opini didefinisikan sebagai ekspresi sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini muncul sebagai hasil dari pembicaraan tentang masalah yang kontroversial, yang menghasilkan pendapat yang beragam (Juariyah, 2019).

Definisi Publik

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, publik diartikan sebagai orang banyak. Dalam konteks komunikasi, publik dibedakan dari massa dalam hal "kesadaran akan kepentingan". Publik dianggap memiliki tujuan yang lebih terarah, pandangan terhadap masalah, serta dalam menentukan sikap dan pilihan. Publik memiliki jumlah yang relatif besar, tersebar, stabil, dan tetap.

Definisi Opini Publik

Istilah opini publik berasal dari "public opinion" yang kemudian diterjemahkan menjadi "pendapat umum". Dalam kegiatan public relations yang melibatkan pendapat umum (opini publik), aspek ini sangat penting untuk menciptakan opini publik yang

positif dan akhirnya menciptakan citra yang baik bagi lembaga atau organisasi yang bertanggung jawab (Soemirat, 2018).

Menurut Arifin (2008:10), opini publik adalah pendapat yang sama yang dinyatakan oleh banyak orang, yang diperoleh melalui diskusi yang intensif sebagai respons terhadap pertanyaan dan masalah yang berkaitan dengan kepentingan umum. Masalah tersebut tersebar melalui media massa. Pendapat rata-rata individu-individu tersebut mempengaruhi banyak orang dalam jangka waktu tertentu. Pengaruh tersebut dapat bersifat positif, netral, atau bahkan negatif. Sementara menurut Correia & Maia (2011:43), opini publik terbentuk oleh mayoritas subjek perhatian. Penentuan agenda isu publik diambil alih oleh politisi dan jurnalis. Isu tersebut merupakan isu yang layak untuk diperbincangkan tanpa adanya penyensoran dari komunikasi itu sendiri (Pujaastawa, 2016).

Menurut Nimmo (2010:24) (Asih & Rosit, 2018), pembentukan opini melibatkan empat tahap yang melibatkan aspek personal, sosial, dan politik. Nimmo (2010) menjelaskan bahwa terdapat empat tahap pembentukan opini, yaitu:

- 1) Pertikaian yang mempunyai potensi menjadi isu
- 2) Kepemimpinan politik
- 3) Interpretasi personal dan pertimbangan sosial
- 4) Kesiediaan mengungkapkan opini pribadi di depan

Nimmo (2010:25) pun menjelaskan empat karakteristik opini publik, yaitu: Terdapat isi, arah dan intensitas yang ada di dalam opini publik.

- 1) Kontroversi menandai opini publik artinya sesuatu yang tidak disepakati seluruh rakyat.
- 2) Opini publik mempunyai volume berdasarkan kenyataan bahwa kontroversi itu menyentuh semua orang yang merasakan konsekuensi langsung dan tak langsung meskipun mereka bukan pihak yang bertikai.
- 3) Opini publik bersifat tetap.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dilakukan dengan pendekatan secara deskriptif agar memberikan gambaran situasi berdasarkan hasil data penelitian lapangan.

Populasi, sampel, sampling

Jenis penelitian ini ialah kualitatif deskriptif, yaitu penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif dan menggunakan *purposive sampling*. Pada penelitian ini akan memberikan gambaran situasi dan menganalisa data-data berdasarkan observasi atau penelitian lapangan (Sagala, 2015:4). Di penelitian ini menjelaskan tentang Opini publik terhadap penggunaan tren busana vintage di kalangan masyarakat kabupaten lumajang. Dijelaskan juga penelitian ini tentang bagaimana opini atau pendapat masyarakat lumajang terhadap tren busana vintage yang ada di kabupaten lumajang.

Instrumen

Instrumen pada penelitian ini menggunakan pedoman wawancara, dimana terdapat beberapa pertanyaan yang telah disusun kemudian diajukan kepada para informan melalui metode wawancara secara tatap muka (*face-to-face*) bersama informan yang telah ditentukan dan dokumentasi seperti gambar yang dilakukann selama penelitian berlangsung.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Lumajang mendapatkan informasi terkait busana vintage di Butik Ekavia Collection melalui beberapa sumber yang umumnya digunakan dalam mencari informasi fashion. Berikut adalah beberapa sumber informasi yang dapat digunakan oleh masyarakat Lumajang:

- a. Iklan dan Promo Lokal: Butik Ekavia Collection dapat memanfaatkan media cetak lokal, seperti surat kabar atau majalah lokal, untuk memasang iklan atau mengiklankan promo khusus.
- b. Rekomendasi dari Teman atau Keluarga: Masyarakat Lumajang juga dapat mendapatkan informasi tentang busana vintage di Butik Ekavia Collection melalui rekomendasi dari teman, keluarga, atau kenalan yang telah menjadi pelanggan atau memiliki pengalaman positif dengan butik tersebut.
- c. Event Fashion atau Pameran: Butik Ekavia Collection atau industri fashion di Lumajang secara umum mungkin berpartisipasi dalam event fashion atau pameran lokal.

Melalui sumber-sumber informasi ini, masyarakat Lumajang dapat mengakses dan memperoleh informasi yang dibutuhkan tentang busana vintage di Butik Ekavia Collection, memungkinkan mereka untuk mengikuti tren dan membuat keputusan

pembelian yang tepat.

Pendapat publik tentang tren mengenakan pakaian vintage dapat bervariasi berdasarkan sejumlah faktor termasuk budaya, tren mode saat ini, dan preferensi pribadi individu. Memang tidak semua orang menyukai berpakaian vintage dan kita tidak bisa memaksa mereka untuk menyukainya, semua kembali lagi pada kenyamanan dan kepribadian seseorang itu sendiri. Dalam berpakaian terkadang kita juga harus menyesuaikan dengan kondisi saat beretika berpakaian. Penting untuk diingat bahwa opini masyarakat tentang etika berpakaian dapat berbeda-beda, tergantung pada lingkungan, budaya, dan nilai-nilai yang ada. Penting juga untuk menghormati perbedaan pendapat dan mempertimbangkan konteks sosial ketika memilih pakaian. Berpakaian tidak hanya tentang fashion yang sedang tren namun kita juga harus memperhatikan norma-norma yang ada. Berpakaian yang sopan dan rapi bisa menunjukkan sikap yang positif agar enak dilihat. Kita juga perlu belajar dalam memahami fashion, memfilter tren-tren fashion yang cocok dan nyaman saat dipakai. Opini setiap orang yang berbeda-beda tentang pakaian vintage dan cara berpakaian yang berbeda, jadi memang setiap individu mempunyai kriteria dalam memilih untuk kenyamanan diri mereka masing-masing.

Berbagai macam pakaian vintage yang menjadi pilihan dikalangan peminatnya. Arti kata vintage biasanya merujuk pada sesuatu yang kuno. Namun, kuno yang dimaksud bukanlah kuno yang terlihat sudah usang atau tidak terawat, melainkan mengacu pada waktu yang memiliki histori dan ceritanya masing-masing. Berdasarkan hasil wawancara, para responden mengungkapkan minat mereka dalam memilih dan menggunakan pakaian vintage. Ketika seseorang memilih sesuatu sebagai bagian dari identitasnya, hal pertama yang mendorong mereka untuk mencobanya adalah rasa tertarik.

Dari keterangan pelanggan saat di Butik Ekavia Collection, bahwa busana vintage juga menjadi pilihan yang menarik untuk dicoba. Keunikan dari busana vintage terletak pada desain klasiknya yang menggabungkan sentuhan elegan, gaya yang khas, dan sejarah, cerita model yang mendalam, kita akan menjelajahi keindahan dan pesona di balik busana vintage, serta mengapa gaya ini tetap populer hingga saat ini. Setiap individu membutuhkan identitas yang memberikan ekspresi dirinya sebagai bagian dari keberadaan sosial. Salah satu cara yang digunakan untuk menggambarkan identitas tersebut adalah melalui pilihan fashion busana. Dalam membentuk identitas, seseorang menggunakan objek sebagai simbol yang membawa makna, dan akhirnya menciptakan

identitas bagi individu tersebut.

Di zaman sekarang anak muda lebih sering mencari pakaian vintage dengan cara trifting dan mencari di market place terpercaya bagi mereka, karena disana mereka dapat menemukan pakaian yang sesuai dengan mereka. Daya tarik pakaian vintage sangat subjektif dan dapat berbeda bagi setiap orang. Bagi beberapa orang, itu mungkin tentang gaya dan tren, sementara bagi yang lain, itu mungkin tentang sejarah dan keberlanjutan. Apapun alasan seseorang, pakaian vintage menawarkan pilihan yang menarik dan penuh karakter. Jadi kita memang harus pintar mencari barang yang cocok dengan kita karena pakaian vintage tidak semua orang menjualnya. Pemilihan juga perlu diperhatikan, dengan informasi yang didapat dari narasumber kita bisa mengetahui dalam memilih barang yang bagus.

KESIMPULAN

Busana vintage telah menjadi tren yang populer di kalangan masyarakat Lumajang, dan Butik Ekavia Collection memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan mereka akan pakaian dengan gaya retro yang unik dan berbeda. Butik ini telah berhasil menciptakan minat dan antusiasme yang signifikan dalam kalangan masyarakat Lumajang terhadap tren busana vintage. Dalam memahami kesuksesan Butik Ekavia Collection, faktor utama adalah keunikan dan kualitas busana vintage yang ditawarkan. Busana vintage yang tersedia di butik ini memiliki nilai koleksi tinggi dan memberikan pengalaman berbelanja yang istimewa bagi para pelanggan. Masyarakat Lumajang menghargai keaslian dan estetika yang dimiliki oleh pakaian vintage, dan Butik Ekavia Collection mampu memenuhi ekspektasi ini. Selain itu, Butik Ekavia Collection juga berhasil memanfaatkan kekuatan media sosial dalam mempromosikan tren busana vintage. Mereka dapat memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook untuk membagikan gambar-gambar produk mereka, menampilkan kombinasi pakaian yang menarik, serta menarik minat pelanggan potensial. Hal ini telah memperluas jangkauan mereka dan membantu menciptakan kesadaran yang lebih luas tentang tren busana vintage di Lumajang. Keterlibatan dan partisipasi masyarakat Lumajang dalam tren busana vintage di Butik Ekavia Collection juga dapat dilihat dari respons positif yang diberikan. Antusiasme pelanggan terlihat dalam jumlah pengunjung yang tinggi ke butik dan partisipasi mereka dalam acara-acara khusus yang diadakan oleh butik tersebut,

seperti pameran busana vintage atau diskusi mode. Kesimpulannya, tren busana vintage di Butik Ekavia Collection telah mendapatkan dukungan yang kuat dari masyarakat Lumajang. Butik ini berhasil memenuhi kebutuhan mereka akan pakaian vintage yang unik dan berkualitas tinggi. Kombinasi antara keunikan produk, promosi melalui media sosial, dan partisipasi aktif masyarakat telah menjadi faktor penentu kesuksesan Butik Ekavia Collection dalam menarik minat dan mendapatkan dukungan dari masyarakat Lumajang. Dengan mempertahankan kualitas dan terus berinovasi, Butik Ekavia Collection berpotensi menjadi pemimpin dalam tren busana vintage di Lumajang dan membuka peluang baru bagi industri fashion lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Juariyah. (2019). *Opini Publik Dan Propoganda*. LPPM Universitas Muhammadiyah Jember. [http://repository.unmuhjember.ac.id/13722/1/BUKU OPINI PUBLIK %26 PROPAGANDA pdf.pdf](http://repository.unmuhjember.ac.id/13722/1/BUKU_OPINI_PUBLIK_%26_PROPAGANDA_pdf.pdf)
- Juariyah, J., & Wijayanti, N. (2020). Opini Mahasiswa Dalam Pemilu Presiden 2019 (Studi Kasus Aktifis Bem Fisip Tentang #2019Gantipresiden Pada Lima (5) Perguruan Tinggi Di Kabupaten Jember). *Mediakom*, 4(1), 43–57. <https://doi.org/10.32528/mdk.v4i1.3571>
- Okvitasari, H., & Wahuningsih, I. E. S. (2019). *Penerapan Konsep Vintage Pada Desain Interior Pusat Fashion Di Surakarta*. 1–14.
- Prayoga, H. I. (2021). Tren Gaya Busana Vintage pada Thrift Shop Online dalam Fotografi Komersial. *Institut Seni Indonesia Yogyakarta*, 1–21.