

TREN *FASHION* PADA KALANGAN GENERASI-Z DI KOTA DENPASAR

Bintang Andiraputra Nangtjik, A.A. Ngr. Anom Kumbara, Ni Made Wiasti,
Universitas Udayana
andirabintang@gmail.com

ABSTRAK

Tren *fashion* yang silih berganti dari zaman ke zaman menjadi sebuah ketertarikan penulis untuk meneliti fenomena tersebut. Peneliti memfokuskan Generasi-Z di Kota Denpasar dalam melihat tren *fashion* yang ada pada generasi tersebut. Tujuan melakukan penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Praktik *fashion* pada kalangan Generasi-Z di Kota Denpasar dan (2) Dampak *fashion* terhadap kehidupan Generasi-Z di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian dengan tujuan mencari makna, pemahaman, pengertian, *verstehen*, tentang suatu fenomena, dalam kehidupan manusia dengan terlibat langsung/tidak langsung. Untuk mendapatkan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori objek kode dari Jean Baudrillard dan teori gaya hidup dari David Chaney. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik penentuan informan, yaitu teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pertama, dalam praktiknya Generasi-Z di Kota Denpasar menggunakan aplikasi media sosial berupa *Instagram* sebagai ajang untuk mengekspresikan diri dengan *fashion* yang mereka gunakan. *Fashion* yang menjadi tren di Kota Denpasar ada dua, yaitu *casual* dan *indie*. Isu-isu yang berhubungan dengan *fashion*, yaitu salah satunya isu lingkungan, menjadi sebuah faktor yang menentukan pemilihan, pemakaian, dan pembelian dalam gaya hidup *ber-fashion*. Kedua, dampak *fashion* pada Generasi-Z di Kota Denpasar, yaitu ada pada kehidupan sosial mereka, diantaranya citra diri, kepuasan psikologis, ekonomi, hingga identitas.

Kata kunci : *Fashion, Gaya Hidup, Generasi-Z*

Pendahuluan

Media sosial merupakan salah satu sarana yang tumbuh pada era globalisasi. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2021: 11). Lewat adanya media sosial, menawarkan sebuah hal baru bagi masyarakat. Muncul banyaknya informasi lewat beberapa aplikasi media sosial mengubah cara pandang manusia untuk menjalankan kehidupan. Salah satu

informasi yang terbawa lewat media sosial adalah informasi tentang budaya populer yang mendunia.

Banyaknya aplikasi media sosial seperti *tik-tok*, *instagram*, *twitter*, dan *facebook* menjadikan budaya populer semakin dikenali oleh masyarakat Indonesia secara massal, salah satunya pada masyarakat di Kota Denpasar. Hal ini terlihat pada produk budaya populer yang menjadi *trending topic* di beberapa aplikasi media sosial seperti film-film baru, *fashion*, musik, sastra, gaya hidup, dan lain-lain. Budaya populer sebagaimana direpresentasikan dalam media sosial mencirikan adanya kecenderungan budaya yang cair (mudah berubah) dan bersifat permukaan (Ishaq & Mahanani, 2018: 26).

Penelitian ini akan mengangkat salah satu produk budaya populer yang mempunyai sebuah tren, yaitu *fashion*. *Fashion* adalah segala sesuatu yang dikenakan pada badan atau tubuh dan mempunyai fungsi serta tujuan tertentu. Sebagai subjek utama dalam penelitian ini adalah Generasi-Z di Kota Denpasar.

Generasi-Z di Kota Denpasar selalu mengejar tren dalam membeli produk *fashion* walaupun harga produk *fashion* di Kota Denpasar dapat dikatakan tidak terjangkau bagi sebagian Generasi-Z. Karakteristik Generasi-Z yang ekspresif menjadikan konsumsi produk *fashion* untuk mengekspresikan diri mereka demi menunjukkan sebuah identitas sosial. Generasi-Z yang mengonsumsi produk *fashion* dengan mempertimbangkan tren, ingin memunculkan *image fashionable*, yakni citra seseorang yang peduli dengan perkembangan tren terbaru (Diantri, 2016: 6). Selain itu, mereka dapat mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan secara mudah dan cepat yang mana tren-tren *fashion* terbaru juga dapat dengan mudah diakses melalui internet khususnya sosial media (Diantri, 2016: 7).

Metode Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Denpasar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian dengan tujuan mencari makna, pemahaman, pengertian, *verstehen*, tentang suatu fenomena, kejadian, maupun kehidupan manusia dengan terlibat langsung dan/atau tidak langsung dalam *setting* yang diteliti, kontekstual, dan menyeluruh. (Yusuf, 2017:328). Data kualitatif dalam penelitian ini menghasilkan hasil wawancara mengenai tren *fashion* pada kalangan Generasi-Z di Kota Denpasar yang terbagi dalam praktik dan dampaknya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teknik penentuan informan, yaitu teknik *purposive sampling*, yang artinya penentuan informan dilandasi oleh tujuan dan pertimbangan tertentu terlebih dahulu. Pengambilan sumber informasi (informan) didasarkan pada maksud yang telah ditetapkan sebelumnya (Muri Yusuf, 2017:369). Teknik pengumpulan data yang

digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, *data display*, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam satu cara, dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan dapat diverifikasi (Yusuf, 2017:408). *Data display* adalah mengumpulkan informasi yang telah tersusun dan nantinya digunakan sebagai pengambilan kesimpulan/tindakan (Yusuf, 2017:408).

Pembahasan

Gaya hidup merupakan salah satu ciri khas yang membedakan antara satu individu dengan individu lainnya. Menurut David Chaney (dalam Rizal, 2018:9) gaya hidup adalah tindakan atau pola antara satu orang dengan orang yang lain, dengan suatu bentuk khusus pengelompokan status modern, juga mendefinisikan suatu sikap, nilai-nilai, dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial dari masyarakat yang mengikuti dalam golongan masyarakat modern. Gaya hidup ber-*fashion* sudah menjadi sebuah hal yang tidak biasa lagi dalam masyarakat di kota-kota besar, salah satunya bagi Generasi-Z di Kota Denpasar. Hal ini dikarenakan penampilan luar dianggap penting dalam kehidupan bermasyarakat. *Fashion* sebagai salah satu unsur penampilan luar. mempunyai nilai-tanda dan nilai-simbol yang bermakna non-verbal bagi penggunaannya. *Fashion* sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi bagi penggunaan *fashion* dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain (Trisnawati, 2011:37). Dalam praktik gaya hidup ber-*fashion* pada kalangan Generasi-Z di Kota Denpasar ada beberapa hal yang sangat penting untuk dibahas, yaitu inspirasi *fashion*, gaya *fashion* yang dianggap “trendy” dan “gaul”, serta pilihan toko belanja *fashion* bagi Generasi-Z di Kota Denpasar. Melihat dampak *fashion* terhadap kehidupan sosial pada kalangan Generasi-Z di Kota Denpasar ada 4, yaitu citra diri, kepuasan psikologis, ekonomi, dan identitas.

1. Praktik *Fashion* pada Kalangan Generasi-Z di Kota Denpasar

a. Inspirasi *fashion*

Inspirasi merupakan sebuah kata-kata yang sering sekali terdengar dan dicari oleh seseorang. Inspirasi yang terus datang akan memunculkan kebahagiaan dan kesenangan demi kepentingan/masalah yang dihadapi. Inspirasi bisa diartikan sebagai suatu situasi yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan terutama yang berhubungan dengan sesuatu yang kreatif (Alimuddin, dkk., 2021:86). Inspirasi, dalam gaya hidup ber-*fashion* merupakan hal yang sangat penting bagi Generasi-Z di Kota Denpasar. Dalam hal mengeksplorasi model atau referensi *fashion*

yang dipilih biasanya Generasi-Z di Kota Denpasar mencari-cari dan melihat keadaan sekitar dan melihat sosial media sebagai tempat pencarian inspirasi.

Dalam pencarian inspirasi ada dua aplikasi media sosial yang digunakan oleh Generasi-Z di Kota Denpasar dalam mencari inspirasi, yaitu *Tik-tok* dan *Pinterest*. Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi mengapa aplikasi tersebut digemari. Pertama, aplikasi *Tik-tok*. Generasi-Z menggunakan aplikasi *Tik-tok* sebagai pencarian inspirasi model *fashion* dikarenakan aplikasi *Tik-tok* menawarkan kemudahan pencarian secara instan. Dengan mengetik *keyword* apa yang ingin dicari oleh mereka langsung bisa ditemukan. Alasan lainnya menggunakan aplikasi *Tik-tok* untuk mencari inspirasi model *fashion* adalah adanya *content creator* yang memberikan referensi *mix and match* model *fashion*.

Kedua, alasan menggunakan aplikasi *Pinterest* untuk menemukan inspirasi model *fashion* dikarenakan *Pintereset* memudahkan pengguna untuk menemukan banyaknya referensi model *fashion* dengan mudah dan instan. Sebagai contoh adalah mencari *mix and match* model *fashion* dengan tepat. Selain dari banyaknya referensi model *fashion* yang ada di *Pinterest*, juga adanya fitur *search* dan hanya perlu mengetikkan *keyword* saja. Fitur ini sangat memudahkan untuk mereka mendapatkan referensi model *fashion* dan nantinya digunakan sebagai inspirasi *fashion* mereka.

b. Gaya *Fashion* yang dianggap “Trendy” dan “Gaul”

Dalam melihat dunia *fashion* dari waktu ke waktu, kita melihat bahwa *style* berpakaian berubah-ubah. Dalam dekade waktu 90-an dan 80-an saja bisa dilihat adanya perbedaan *style* berpakaian yang digunakan oleh manusia. Masing-masing tahun mempunyai *style fashion fashion* yang berbeda-beda. Adanya perbedaan ini, salah satunya dikarenakan manusia mempunyai pandangan tentang estetika/keindahan yang selalu berubah juga.

Perubahan *style fashion* yang berubah juga berpengaruh pada pilihan-pilihan pakaian bagi Generasi-Z di Kota Denpasar. Media sosial menawarkan mereka banyaknya sebuah inspirasi pilihan pakaian yang “trendy” dan “gaul” bagi mereka. Kata “trendy” bisa diartikan sebagai suatu hal yang bisa mengikuti zamannya. Sedangkan kata “gaul” bisa diartikan sebagai ekspresi diri yang mengikuti tren terkini. Dalam penelitian yang penulis lakukan ada dua gaya *fashion* yang menjadi tren pada Generasi-Z di Kota Denpasar, yaitu *casual* dan *indie*. pemilihan gaya tersebut juga dikarenakan beberapa alasan.

Pertama, pemilihan pada gaya *casual* dikarenakan mempunyai unsur yang sederhana tetapi tetap elegan dalam berpakaian. Seperti misalnya pewarnaan d=yang netral hingga memadupadankan baju dan celana yang mudah. Kesederhanaan, kenetralan, kemudahan ini juga berimplikasi pada penggunaan dengan waktu yang jangka panjang sehingga tidak merusak lingkungan dan tidak mengganggu unsur

ketenagakerjaan. Dengan ini pernyataan bahwa *casual style* bisa dipakai tahan lama atau dalam jangka panjang bisa dikatakan masuk akal.

Kedua, pemilihan gaya *indie* dikarenakan Generasi-Z di Kota Denpasar menyukai gaya *indie* dikarenakan suasana dunia *indie* sendiri yang puitis, musik-musik pada dunia *indie*, dan tempat-tempat alam. Ketiga hal tersebut memberikan unsur emosional. Gaya *indie* juga dianggap sebagai representasi dari musik yang didengar oleh orang tersebut. Poin terakhir yang bisa diambil adalah bahwa gaya *indie* disukai karena memadukan pakaian yang berbeda dari gaya berpakaian pada umumnya.

c. Pilihan Toko Belanja *Fashion*

Dalam memilih toko belanja *fashion*, Generasi-Z di Kota Denpasar memilih dua toko belanja, yaitu *Thrift shop* dan *online shop: Shopee*. Ada alasan mengapa dua toko belanja tersebut menjadi hal yang digemari oleh Generasi-Z di Kota Denpasar.

Pertama, *thrift shop* digemari karena bagaimana *thrift shop* sendiri menjual baju bekas yang artinya pakaian tersebut mempunyai umur jangka panjang atau *sustainable* dan mempunyai harga yang dianggap murah. Pakaian bekas dipersepsikan sebagai pakaian tahan lama dengan logika bahwa pakaian bekas bukan berarti pakaian yang sudah tak layak pakai melainkan pakaian yang masih bisa dipakai hanya saja pemilik pakaian tersebut sudah tidak ingin memakainya dan akhirnya menjadi 'pakaian bekas'. Dan alasan lainnya adalah bahwa kegiatan *thrifting* menimbulkan sensasi psikologis dalam mencari pakaian yang cocok bagi Generasi-Z di Kota Denpasar. Sensasi yang ditimbulkan adalah perasaan bahagia dan menantang bagi mereka.

Kedua, yaitu *online shop: Shopee*. *Shopee* digemari Generasi-Z di Kota Denpasar sebagai tempat membeli kebutuhan *fashion* dikarenakan *Shopee* dianggap lebih praktis dan mudah dalam berbelanja, mereka tidak harus menggerakkan diri untuk mencari kebutuhan *fashion*. Produk yang dijual di *Shopee* dianggap tidak pasaran atau bisa dikatakan tidak banyak orang yang memakai. Pakaian-pakaian yang dijual di *Shopee* dianggap memiliki kelengkapan dan mempunyai banyak pilihan dari toko-toko lainnya. Alur belanja di *Shopee* juga dianggap aman dan mempunyai kejelasan sistem *tracking* pada aplikasinya sehingga pembeli bisa melihat keadaan barang yang sedang dikirimkan. Dan yang terakhir berbelanja di *Shopee* digemari karena mempunyai banyak *voucher* diskon/promo dan harga ongkos kirim yang tidak mahal.

2. Dampak *fashion* terhadap kehidupan Generasi-Z di Kota Denpasar

Gaya hidup *fashion* sangat berdampak terhadap kehidupan Generasi-Z di Kota Denpasar, diantaranya pada aspek citra diri, kepuasan psikologis, ekonomi, dan identitas.

a. Citra Diri

Dalam kehidupan realitas sosial manusia selalu mempunyai dorongan untuk selalu dikenal atau dilihat baik oleh masyarakat sekitarnya.. Wajar saja hal tersebut terjadi

karena manusia sendiri adalah makhluk sosial yang membutuhkan manusia lainnya dalam hidup. Hal ini tentu membutuhkan pencitraan diri yang baik sebagai modal dalam kehidupan realitas sosial.

Bailey (dalam Selviana dan Yulinar, 2022:39) citra diri atau *self-image* sebagai persepsi subjektif dari diri sendiri, termasuk gambaran tubuh, kesan dari kepribadian seseorang, dan lain sebagainya. *Self-image* seseorang adalah gambaran mental, penampilan fisik, penggabungan ekspresi, keinginan, dan perasaan seseorang. Citra diri merupakan salah satu modal dari praktik kehidupan sosial. Individu dalam melihat individu lainnya melihat penampilan luar dari seseorang sebagai kesan pertama dalam menilai dan mempersepsikan orang lain.

Citra diri dan *fashion* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena penampilan luar merupakan modal sosial dalam hidup bermasyarakat. Bagi Generasi-Z di Kota Denpasar *fashion* dianggap bisa membangun dan bahkan memperbaiki suatu identitas dan personalitas seseorang dari luar. *Fashion* bisa dikatakan berdampak positif terhadap citra diri individu dalam kehidupan sosial dan pergaulan sosial. Hal ini dikarenakan penampilan luar adalah pandangan pertama orang lain terhadap diri seseorang. Bagaimana individu ingin memeperlihatkan citra dirinya bisa dijawab dengan bagaimana individu tersebut memakai *fashion*nya. Dengan penampilan *fashion* yang layak maka citra diri individu tersebut akan diterima oleh kehidupan sosial atau pergaulan sosial di lingkungannya.

Menyadari atas arti penting penampilan, lantas para anggota budaya modern menghabiskan kepentingan yang besar sekali untuk memantau penampilan diri mereka sendiri dan juga orang lain yang dapat mereka kontrol (Chaney, 2011: 170).

b. Kepuasan Psikologis

Generasi-Z di Kota Denpasar menganggap *fashion* sangat berdampak pada kepuasan psikologis yang dirasakan oleh individu sebagai pengguna *fashion* tersebut. Dengan pilihan gaya *fashion* tertentu bisa membuat individu mendapatkan kepercayaan diri, rasa bangga, dan rasa nyaman. Rini (dalam Selviana & Yulinar, 2022:38) orang yang mempunyai kepercayaan diri yang tinggi akan mampu bergaul secara fleksibel, mempunyai toleransi yang cukup baik, bersikap positif, dan tidak mudah terpengaruh orang lain dalam bertindak serta mampu menentukan langkah-langkah pasti dalam kehidupannya. Berpenampilan dengan *fashion* yang "*dreseed up well*" dan "*keren*" menambah unsur kelayakan dan estetika pada individu ketika dihadapkan pada realitas sosial. *Fashion* menjadi salah satu modal untuk membangun dan meningkatkan percaya diri pada individu.

Selain itu, *fashion* juga dapat menimbulkan rasa nyaman pada Generasi-Z di Kota Denpasar. *Fashion* menimbulkan rasa nyaman bukan saja hanya bagaimana kita memakai pakaian tersebut dengan rasa nyaman itu sendiri, melainkan adanya faktor kecukupan kapasitas finansial yang ada pada diri individu tersebut Kemampuan

kapasitas finansial dianggap menentukan kenyamanan dalam ber-*fashion*. Jika kapasitas finansial diri pada individu yang digunakan adalah milik diri sendiri maka akan menimbulkan rasa nyaman dalam menggunakan pakaian yang dibeli sendiri. Alasan kenyamanan lainnya adalah bagaimana individu tersebut berhadapan dengan kelaziman berpakaian yang ada di lingkungan sosial tersebut, artinya adanya stigma yang tertanam oleh lingkungan sosial bahwa laki-laki dan perempuan mempunyai pakem *fashion* yang berbeda. Generasi-Z di Kota Denpasar sendiri mempunyai kepercayaan lain terhadap kepercayaan tersebut. Mereka menganggap bahwa *fashion* tidak terikat pada gender mana pun. Apapun *fashion* yang ingin digunakan tidak mempengaruhi sifat maskulin atau feminin sejauh dalam kondisi kenyamanan diri individu.

Fashion juga bisa mempengaruhi *mood* atau suasana hati pada Generasi-Z. Bagaimana individu menggunakan pakaian yang tepat adalah salah satu faktor yang bisa mengubah suasana hati atau *mood*. *Fashion* sendiri bisa menjadi modal untuk menambah faktor suasana hati yang bagus bagi individu

c. Ekonomi

Faktor ekonomi merupakan kebutuhan yang sangat krusial bagi manusia. Membicarakan terkait faktor ekonomi berarti membicarakan persoalan dalam mengelola sumber daya yang terbatas hingga bisa didistribusikan secara merata pada kebutuhan manusia. Ada tiga kebutuhan manusia yang harus dipenuhi, yaitu sandang (berhubungan dengan pakaian), pangan (berhubungan dengan makanan dan minuman), dan papan (berhubungan dengan tempat tinggal). Hal tersebut, terutama kebutuhan sandang, memberikan dampak positif dan negatif dari gaya hidup ber-*fashion* pada Generasi-Z di Kota Denpasar.

Generasi-Z di Kota Denpasar menganggap bahwa membeli kebutuhan *fashion* adalah faktor utama daripada menyesal tidak membeli. Karena kesempatan untuk membeli kebutuhan *fashion* tidak datang secara berkala. Dalam hal ini *fashion* mempunyai sisi negatif pada faktor ekonomi individu, karena dengan memenuhi hasrat untuk memenuhi gaya hidup ber-*fashion*, individu menjadi rela untuk mengabaikan kebutuhan prioritas lainnya.

Selain itu, walaupun *fashion* sangat berdampak pada faktor ekonomi Generasi-Z di Kota Denpasar, namun ada segi positif dari dampak *fashion* terhadap faktor ekonomi pribadi tersebut, yaitu menimbulkan motivasi untuk bekerja/menabung dan melihat secara rasional kebutuhan *fashion* tersebut

Dan yang terakhir, bahwa *fashion* tidak terlalu berdampak pada faktor ekonomi Generasi-Z di Kota Denpasar. hal ini dikarenakan beberapa Generasi-Z di Kota Denpasar belum memasuki ranah bekerja/masih mendapat uang dari orang tua mereka dan jika mereka membeli pakaian, pakaian yang dibeli harus mempunyai usia jangka panjang atau pakaian tersebut bisa digunakan dalam waktu kapanpun.

Dengan adanya edukasi tentang pentingnya pakaian yang mempunyai umur panjang/bisa digunakan secara jangka panjang dan tidak kenal oleh waktu, maka individu tersebut mempunyai gaya hidup yang hemat secara ekonomi.

d. Identitas

Identitas merupakan hal yang penting bagi diri seseorang. Semua orang pastinya ingin mempunyai keunikan dan perbedaan dari orang lain dalam realitas sosial. Identitas diri dimaknai sebagai kesadaran akan diri sendiri, bahwa “aku” adalah individu yang berbeda dari individu lainnya. Identitas diri meliputi segala keunikan yang membuat kita seorang individu yang unik, baik itu karakteristik fisik, kepribadian yang kita miliki, kepercayaan yang kita peluk erat, apa yang kita sukai, apa yang kita yakini, tujuan hidup yang kita perjuangkan, nilai-nilai moral yang kita adopsi, dan masih banyak lagi. (Wang & Ediyono. 2023. Researchget.net, 11 September 2023). Identitas sendiri bisa terbentuk karena ada beberapa faktor seperti kepercayaan, pengalaman, tekanan sosial, cara berpakaian, pola asuh orang tua, dll.

Fashion sebagai tampilan luar seseorang sangatlah berdampak pada identitas diri seseorang itu sendiri. Cara seseorang berpakaian memperlihatkan keunikan, kepribadian, dan kesukaan seseorang tersebut terhadap suatu hal.

fashion berdampak pada identitas seseorang. Hal ini dikarenakan *fashion* mempunyai fungsi sebagai sarana mengekspresikan identitas diri seseorang. Sebagai contoh bahwa orang yang memakai pakaian hanya tergantung pada dua warna menandakan bahwa orang tersebut mempunyai kepribadian yang sederhana. Atau contoh lainnya adalah orang yang memakai baju band menandakan bahwa orang tersebut suka menonton konser musik.

Dari fenomena tersebut menandakan bahwa *fashion* sendiri mempunyai sebuah nilai-tanda yang berisikan makna dibalik penampilan luar seseorang. Jika melihat dampak positif dan negatif dari fenomena tersebut maka hal ini bisa dikatakan sangat relatif. Hal ini dikarenakan sudut pandang dari selera masyarakat dan individu yang ingin menunjukkan sebuah identitasnya sangat mungkin berbeda. Bagaimana individu ingin dilihat masyarakat dan bagaimana individu ingin melihat dirinya sendiri adalah dua hal yang terpisah. *Fashion* bisa berdampak positif terhadap identitas sejauh individu tersebut menunjukkan identitas tertentu dan masyarakat mempunyai selera yang sama dengan individu tersebut yang menunjukkan identitasnya melalui *fashion*. Sebaliknya, jika individu tersebut menunjukkan identitas tertentu dan selera masyarakat berbeda dengan apa yang ditunjukkan oleh individu, maka bisa menjadi dampak yang negatif untuk individu dan masyarakat yang melihatnya.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai Tren *Fashion* Pada Kalangan Generasi-Z di Kota Denpasar, dapat disimpulkan bahwa dalam praktiknya Generasi-Z di Kota Denpasar mencari inspirasi *fashion* lewat dua aplikasi media sosial, yaitu *Tik-tok* dan *Pinterest*. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam pencarian inspirasi *fashion* menggunakan aplikasi media sosial tersebut. *Fashion* yang dianggap “trendy” dan “gaul” adalah gaya *fashion casual* dan *indie*. Pemilihan gaya *casual* dikarenakan pada kesederhanaan tetapi tetap elegan. Sedangkan pemilihan gaya *indie* terletak pada aspek suasananya yang puitis, musik-musik di dunia *indie*, hingga tempat alam. Pilihan toko belanja yang digemari oleh Generasi-Z di Kota Denpasar, yaitu *thrift shop* dan *online shop: Shopee*. Hal ini dikarenakan pada kedua toko belanja tersebut sama-sama mempunyai harga yang relative murah bagi Generasi-Z di Kota Denpasar. Melihat dampak *fashion* bagi kehidupan Generasi-Z di Kota Denpasar meliputi citra diri, kepuasan psikologis, ekonomi, hingga identitas mereka.

Daftar Referensi

- Nasrullah, Rulli. 2021. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ishaq, Ropingi & Prima Ayu Rizki Mahanani. 2018. *Media Sosial, Ruang Publik, dan Budaya Pop*. *ETTISAL Journal of Communication*, 3(1), 16-27.
- Diantari, Ni Kadek Yuni. 2021. *Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar*. *Jurnal Seminar Nasional Desain*, 1(1), 1-7.
- Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Penerbit Kencana
- Rahadeandra, Rizal Noor. 2018. *Gaya Hidup Mahasiswa Bidikmisi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Airlangga: Surabaya.
- Trisnawati, Tri Yulia. 2011. *Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikasi*. *Jurnal THE MESSENGER*, 3(1), 36-47
- Alimudin, dkk. 2021. *Kewirausahaan Teori dan Praktis*. Bandung: Penerbit Widiana
- Selviana & Yulinar. 2022. *Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram*. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1), 37-45
- Chaney, David. 2011. *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komrehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Researchget.net. (2023). Konsep Identitas Diri menurut Kacamata Filsafat Eksistensialisme. Diakses pada 11 September 2023, dari https://www.researchgate.net/publication/366849768_Konsep_Identitas_Diri_menurut_Kacamata_Filsafat_Eksistensialisme