

## The Meaning of Kalcer Fashion Trends as a form of Self-Identity in the Surabaya Dance Community

Clarista Zakiyyah Ramadhani<sup>1\*</sup>, Iwan Joko Prasetyo<sup>2</sup>, Siska Armawati Sufa<sup>3</sup>  
Universitas Dr. Soetomo

**Corresponding Author:** Clarista Zakiyyah Ramadhani

[@claristazramadhani@gmail.com](mailto:@claristazramadhani@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Fashion Culture,  
Social Identity, Dance  
Community, Self-Existence,  
Urban Youth

*Received :* 10 September

*Revised :* 12 October

*Accepted:* 30 November

©2025 Ramadhani, Prasetyo, Sufa:

This is an open-access article  
distributed under the terms of the

[Creative Commons Atribusi 4.0](#)

[Internasional](#).



### ABSTRACT

This study explores how members of Surabaya dance communities interpret fashion culture as a form of self-existence and identity. Using a qualitative approach with thematic analysis, data were gathered from in-depth interviews with five active community members aged 18–25. Findings reveal that fashion serves as a symbolic medium to express individuality, strengthen group belonging, and differentiate one's character from others. Social Identity Theory helps explain how individuals categorize themselves through shared styles, internalize group norms, and establish uniqueness within the community. Social media also plays a major role in shaping styles and enhancing identity performance. This study contributes to understanding fashion as a visual language that reinforces personal and collective identity in urban youth culture

---

## Makna Tren Gaya Fashion Kalcer sebagai Bentuk Eksistensi Identitas Diri di Komunitas Dance Surabaya

Clarista Zakiyyah Ramadhani<sup>1\*</sup>, Iwan Joko Prasetyo<sup>2</sup>, Siska Armawati Sufa<sup>3</sup>  
Universitas Dr. Soetomo

**Corresponding Author:** Clarista Zakiyyah Ramadhani

[@claristazramadhani@gmail.com](mailto:@claristazramadhani@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata kunci:* Budaya Mode, Identitas Sosial, Komunitas Tari, Eksistensi Diri, Pemuda Perkotaan

*Received :* 10 September

*Revised :* 12 October

*Accepted:* 30 November

©2025 Ramadhani, Prasetyo, Sufa:  
This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana anggota komunitas dance Surabaya memaknai tren fashion kalcer sebagai bentuk identitas dan eksistensi diri. Pendekatan kualitatif digunakan melalui wawancara mendalam terhadap lima informan berusia 18–25 tahun yang aktif dalam komunitas dance. Analisis data dilakukan menggunakan thematic analysis untuk menemukan pola makna dan pengalaman informan terkait fashion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fashion berfungsi sebagai ekspresi diri, simbol keanggotaan komunitas, serta ruang eksistensi di media sosial. Fashion juga memperkuat rasa percaya diri dan diferensiasi identitas individu maupun kelompok. Kesimpulannya, fashion kalcer berperan sebagai media komunikasi visual yang menghubungkan identitas personal dan kolektif di era budaya digital

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan penetrasi internet yang semakin tinggi memicu perubahan paradigma dalam cara instansi publik berkomunikasi dengan masyarakat. Media sosial, khususnya Instagram, kini tidak hanya menjadi wadah berbagi foto atau hiburan, melainkan juga sebagai platform edukatif yang efektif dalam menyampaikan pesan ke khalayak luas (Azizah, 2024). Dalam konteks edukasi publik, konten visual seperti gambar, video, dan infografis yang dikombinasikan dengan caption persuasif dan penggunaan tagar merupakan strategi komunikasi populer dalam menyampaikan pesan edukasi (Dzakirah, 2025).

Khususnya pada isu keselamatan berlalu lintas, edukasi publik melalui media sosial menjadi sangat penting. Di Indonesia, angka kecelakaan lalu lintas masih tergolong tinggi, dan salah satu penyebabnya adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap aturan dan etika berkendara. Dengan memanfaatkan Instagram, lembaga kepolisian memiliki potensi menjangkau audiens muda secara lebih efektif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten edukatif di Instagram dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap berbagai isu sosial (Rochani & Maserona, 2025).

Namun, penelitian spesifik tentang konten edukasi di akun resmi kepolisian, khususnya Ditlantas Polda Jawa Timur, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut melalui analisis isi terhadap tema, bentuk media, dan strategi penyampaian pesan edukatif dalam unggahan akun Instagram Ditlantas Polda Jatim selama Januari–Juni 2025. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap praktik edukasi berlalu lintas lembaga kepolisian tingkat provinsi melalui platform visual Instagram, yang belum banyak diteliti di Indonesia.

Penelitian ini memiliki batasan sebagai berikut: objek penelitian adalah seluruh unggahan konten edukasi (gambar, video, infografis, caption, tagar) pada akun @ditlantaspoldajatim selama periode Januari–Juni 2025. Unggahan yang bersifat administratif, promosi internal, atau konten non-edukatif tidak masuk dalam pengolahan data. Dengan demikian, temuan penelitian akan menggambarkan pola strategi edukasi konten Instagram yang spesifik dan relevan dengan institusi kepolisian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberi gambaran empiris tentang bagaimana institusi kepolisian menggunakan Instagram sebagai media edukasi publik dan menyumbang rekomendasi strategis dalam pengelolaan komunikasi digital yang lebih efektif di masa depan. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis mendalam terhadap konten edukasi digital institusi kepolisian di level provinsi yang belum banyak diteliti di Indonesia. Penelitian ini juga memperkaya kajian komunikasi publik dengan konteks edukasi berlalu lintas berbasis media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris tentang strategi edukasi digital kepolisian di media sosial. (1) Apa saja tema pesan edukasi berlalu lintas yang disampaikan melalui akun Instagram Ditlantas Polda Jawa Timur (@ditlantaspoldajatim)? (2) Bagaimana bentuk penyajian konten edukatif (gambar, video, caption, dan tagar) yang digunakan dalam akun

tersebut?. Dalam era digital dan globalisasi budaya, fashion telah mengalami pergeseran fungsi dari sekadar kebutuhan sandang menjadi medium komunikasi simbolik. Melalui fashion, individu mengekspresikan identitas, eksistensi diri, serta afiliasi sosial-budaya mereka baik di ruang publik maupun digital. Bagi generasi muda urban, fashion tidak lagi hanya berkaitan dengan estetika, tetapi juga menjadi sarana untuk menegaskan nilai, gaya hidup, dan posisi sosial di tengah masyarakat yang semakin terhubung secara global.

Fenomena tersebut tampak jelas pada komunitas dance di Surabaya. Komunitas ini menjadi representasi budaya urban yang dinamis dan kreatif, di mana fashion berperan penting sebagai simbol ekspresi diri dan solidaritas kelompok. Tren “fashion kalcer” atau fashion culture berkembang pesat di kalangan mereka sebagai bentuk gaya hidup yang memadukan unsur lokal, global, dan digital. Melalui gaya berpakaian, teknik mix and match, serta preferensi terhadap merek lokal maupun internasional, anggota komunitas dance menampilkan citra diri yang merefleksikan keunikan identitas sekaligus keterhubungan mereka dengan budaya populer global. Komunitas ini menarik untuk dikaji karena tubuh, gerak, dan busana menjadi satu kesatuan dalam membangun narasi visual tentang siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dikenal di ruang sosial.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa fashion memiliki fungsi yang lebih dalam sebagai media pembentukan identitas dan ekspresi budaya. Komunikasi dkk. (2025) menemukan bahwa gaya streetwear, oversized, retro, dan hijab casual mendominasi kalangan mahasiswa, didorong oleh pengaruh media sosial serta motivasi membangun kepercayaan diri dan ekspresi identitas budaya. Sejalan dengan itu, Hakim & Suraya (2024) melalui penelitian pada fenomena Citayam Fashion Week mengidentifikasi dua tipe partisipan Gen Z: mereka yang tampil spontan untuk hiburan, dan mereka yang secara sadar menggunakan fashion sebagai alat eksistensi dan pembandingan sosial. Dalam konteks berbeda, fast fashion memberikan ruang bagi generasi muda untuk membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial sebagai individu yang “fashionable”. Sementara itu, Muhamad Seftyan & Askuri'fai Baksin (2025) menegaskan bahwa akun media sosial seperti @urbansneakerssociety berperan penting dalam memengaruhi keputusan konsumsi dan pembentukan identitas melalui keterikatan emosional dengan brand.

Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih terbatas pada konteks umum generasi muda Indonesia dengan jumlah responden yang relatif kecil. Keterbatasan ini menunjukkan bahwa pemaknaan subjektif dan simbolik terhadap tren fashion kalcer belum banyak dieksplorasi secara mendalam, khususnya di komunitas dance Surabaya yang memiliki karakter budaya urban kuat dan interaksi digital yang tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan kajian tersebut dengan memahami bagaimana anggota komunitas dance di Surabaya memaknai tren fashion kalcer sebagai bentuk eksistensi identitas diri mereka, serta bagaimana faktor sosial, budaya, dan media sosial memengaruhi ekspresi identitas melalui fashion.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang kajian budaya populer, simbolisme

fashion, dan teori identitas sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang fashion sebagai praktik komunikasi non-verbal dalam membentuk citra dan identitas sosial anak muda urban.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pelaku industri kreatif, desainer muda, brand lokal, dan pengelola media sosial dalam memahami nilai simbolik dan pesan identitas yang terkandung dalam tren fashion kalcer di kalangan komunitas dance. Temuan ini dapat menjadi dasar dalam merancang strategi komunikasi, branding, dan pengembangan produk yang lebih sesuai dengan nilai ekspresif dan aspirasi generasi muda.

Dengan pendekatan kualitatif fenomenologis, penelitian ini berfokus pada eksplorasi makna simbolik dan sosial dari fashion kalcer di kalangan komunitas dance Surabaya. Penelitian ini menitikberatkan pada pengalaman personal anggota komunitas dalam menggunakan fashion sebagai media ekspresi diri, proses konstruksi identitas melalui simbol-simbol busana, serta dinamika sosial dan digital yang membentuk eksistensi diri anak muda urban. Dengan demikian, penelitian ini tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara kuantitatif, melainkan memberikan pemahaman kontekstual dan mendalam tentang fashion sebagai praktik komunikasi dan representasi identitas dalam kehidupan komunitas kreatif di kota Surabaya

## TINJAUAN PUSTAKA

Teori ini menggunakan Social Identity Theory dalam konteks fashion kalcer dapat dipahami melalui empat aspek utama yang saling berkaitan dan membentuk proses konstruksi identitas sosial dalam komunitas. Pertama, social categorization menggambarkan bagaimana fashion menjadi penanda keanggotaan sosial dan pembeda antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Melalui gaya berpakaian tertentu, individu menempatkan dirinya dalam kategori sosial yang merepresentasikan nilai, preferensi, dan selera budaya yang serupa Branca dkk. (2025) Pemilihan busana, merek, dan gaya berpakaian bukan hanya soal estetika, melainkan simbol keanggotaan yang memperlihatkan keterikatan seseorang pada komunitas tertentu, seperti komunitas dance yang menjadikan gaya streetwear atau urban style sebagai identitas khas mereka.

Selanjutnya, social identification menjelaskan proses internalisasi nilai-nilai kelompok ke dalam diri individu. Fashion dalam hal ini tidak hanya berfungsi sebagai tampilan visual, tetapi juga menjadi sarana simbolik yang merefleksikan penerimaan individu terhadap norma dan nilai yang dipegang oleh komunitasnya Komunikasi dkk. (2025). Anggota komunitas dance mengekspresikan solidaritas dan kebersamaan melalui keseragaman gaya berpakaian yang mencerminkan kreativitas, keberanian berekspresi, serta semangat kebebasan khas budaya urban. Dengan demikian, proses identifikasi ini memperkuat rasa memiliki terhadap kelompok dan membangun citra kolektif di ruang sosial.

Beranjak dari proses identifikasi tersebut, muncul dimensi social comparison yang berperan dalam pembentukan dan penguatan identitas sosial melalui interaksi digital. Media sosial menjadi ruang utama bagi individu untuk

mengamati, membandingkan, dan menyesuaikan gaya berpakaian dengan tren yang berkembang di tingkat lokal maupun global Seftyan & Baksin (2024) Proses perbandingan ini tidak hanya menciptakan kesadaran akan posisi sosial individu dalam kelompok, tetapi juga memunculkan dorongan untuk berinovasi dan menegaskan keunikan gaya yang mereka miliki. Dengan demikian, social comparison menjadi jembatan antara dinamika sosial di dunia maya dan representasi diri di dunia nyata.

Dimensi terakhir, *positive distinctiveness*, menjelaskan bagaimana individu dan kelompok menggunakan fashion untuk menciptakan pembeda positif serta menumbuhkan kebanggaan terhadap identitas mereka. Gaya berpakaian tertentu tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian, tetapi juga menjadi simbol keunikan dan keunggulan kelompok dalam lanskap budaya populer (Rahma Putri Maloka & Candra Ayuswantana, 2024). Melalui tampilan yang khas dan autentik, komunitas dance membangun citra positif sebagai kelompok kreatif yang memiliki ciri visual dan nilai tersendiri. Dalam konteks ini, fashion kalcer tidak hanya berperan sebagai ekspresi estetika visual, melainkan juga sebagai representasi simbolik yang memperlihatkan nilai, gaya hidup urban, serta eksistensi diri individu dan kelompok Alyza Putri Maharani (2024.)

Secara keseluruhan, keempat dimensi ini menunjukkan bahwa pembentukan identitas melalui fashion merupakan proses sosial yang kompleks – dimulai dari kategorisasi kelompok, diinternalisasi menjadi identitas personal, dibandingkan secara sosial, hingga diwujudkan dalam bentuk pembeda positif yang menegaskan eksistensi diri. Dengan demikian, fashion dalam komunitas dance di Surabaya tidak hanya menjadi tren gaya berpakaian, tetapi juga praktik komunikasi sosial yang memperkuat ikatan kelompok sekaligus menampilkan karakter unik budaya urban di era digital.

Berdasarkan kajian pustaka tersebut, dapat dipahami bahwa fashion memiliki fungsi yang melampaui estetika karena berkaitan dengan pembentukan identitas, eksistensi diri, serta validasi sosial di ruang digital. Namun, konstruksi identitas fashion pada komunitas dance memerlukan penjelasan teoretis melalui integrasi empat dimensi *Social Identity Theory*, yaitu *social categorization*, *social identification*, *social comparison*, dan *positive distinctiveness*. Sintesis teori ini mengarahkan penelitian pada pemahaman bahwa fashion kalcer menjadi praktik komunikasi sosial dan digital yang membentuk identitas personal dan kolektif secara bersamaan.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis tematik karena dianggap paling relevan untuk memahami konstruksi makna dan pengalaman subjektif anggota komunitas dance di Surabaya dalam memaknai fashion kalcer. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali secara mendalam peran fashion sebagai ekspresi identitas sosial dan eksistensi diri dalam konteks budaya urban. Lima informan berusia 18–25 tahun dipilih melalui purposive sampling, dengan kriteria keanggotaan aktif minimal satu tahun dan keterlibatan dalam kegiatan komunitas dance yang menonjolkan gaya berpakaian khas. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) semi terstruktur agar informan dapat menyampaikan pengalaman secara bebas namun tetap terarah pada fokus penelitian.

Proses analisis dilakukan dengan Thematic Analysis (Braun & Clarke) melalui enam tahap: familiarisasi data, pemberian kode, identifikasi tema, peninjauan ulang tema, pendefinisian, dan pelaporan. Keabsahan data dijaga dengan teknik triangulasi sumber dan member checking untuk memastikan keakuratan interpretasi peneliti terhadap pengalaman informan. Temuan awal menunjukkan bahwa fashion kalcer berfungsi sebagai simbol identitas, keunikan, dan eksistensi diri bagi Gen Z. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyoroti pengaruh fast fashion dan perilaku belanja daring (Damayanti dkk. (2025); Fitria dkk. (2022), pengaruh Korean Wave dalam gaya urban Wicaksono dkk. (2021) serta representasi nilai religi dalam fashion digital Sudarmi dkk. (2024). Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan melakukan proses member checking terhadap seluruh informan. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: anggota aktif komunitas dance Surabaya, aktif mengikuti kegiatan dance minimal satu tahun, dan menjadikan fashion sebagai bagian dari penampilan panggung maupun keseharian. Wawancara dilakukan secara langsung dan daring dengan durasi 45–75 menit untuk menggali pengalaman personal informan secara mendalam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Fashion kalcer menjadi medium komunikasi non-verbal yang menegaskan identitas kolektif dalam komunitas dance. Praktik ini mencerminkan nilai, gaya hidup urban, dan eksistensi sosial, baik melalui pertunjukan maupun media digital Matthews & others (2021); Rahma Putri Maloka & Candra Ayuswantana (2024); Seftyan & Baksin (2024); Wicaksono dkk. (2021) Selain memperkuat ikatan kelompok, fashion memberi ruang bagi individu untuk mengekspresikan karakter personal, memengaruhi kepercayaan diri, serta memperlihatkan bagaimana tren global seperti Korean Wave turut membentuk preferensi gaya Kurnia Yahya (2023); Wicaksono dkk. (2021). Lebih lanjut, fashion syariah sebagai bagian dari perkembangan budaya digital juga memperlihatkan bagaimana nilai spiritual dapat menyatu dengan ekspresi visual Sudarmi dkk. (2024). Dalam era digital, Gen Z menggunakan platform media sosial sebagai ruang strategis untuk membentuk identitas diri secara visual dan naratif (Nurrachmah (2025). Praktik preloved fashion menunjukkan bagaimana konsumsi dan gaya menjadi bagian dari identitas kelompok Rachmadani (2024). Reputasi dan kepercayaan merek

juga merupakan faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dalam konteks fashion modern.

Kecenderungan konsumsi fast fashion digital di kalangan Gen Z menunjukkan adanya adaptasi strategi e-commerce yang mendorong ekspresi identitas Damayanti dkk. (2025). Pengaruh TikTok dalam membentuk gaya hidup serta norma budaya Gen Z semakin mempertegas peran media sosial dalam memperluas ruang bagi ekspresi identitas Sair dkk. (2025)). Fashion kalcer menjadi medium komunikasi non-verbal yang menegaskan identitas kolektif dalam komunitas dance. Praktik ini mencerminkan nilai, gaya hidup urban, dan eksistensi sosial, baik melalui pertunjukan maupun media digital Matthews & others (2021); Rahma Putri Maloka & Candra Ayuswantana (2024); Seftyan & Baksin (2024); Wicaksono dkk. (2021) Selain memperkuat ikatan kelompok, fashion memberi ruang bagi individu untuk mengekspresikan karakter personal, memengaruhi kepercayaan diri, serta memperlihatkan bagaimana tren global seperti Korean Wave turut membentuk preferensi gaya Kurnia Yahya (2023); Wicaksono dkk. (2021). Lebih lanjut, fashion syariah sebagai bagian dari perkembangan budaya digital juga memperlihatkan bagaimana nilai spiritual dapat menyatu dengan ekspresi visual Sudarmi dkk. (2024). Fashion kalcer menjadi medium komunikasi non-verbal yang menegaskan identitas kolektif dalam komunitas dance. Praktik ini mencerminkan nilai, gaya hidup urban, dan eksistensi sosial, baik melalui pertunjukan maupun media digital Matthews dkk. (2021); Seftyan & Baksin (2024). Selain memperkuat ikatan kelompok, fashion memberi ruang bagi individu untuk mengekspresikan karakter personal Maloka & Ayuswantana (2024).

Berdasarkan uraian tersebut, fashion kalcer dalam komunitas dance berperan sebagai media komunikasi non-verbal yang menegaskan identitas kolektif sekaligus ekspresi diri individu. Praktik ini mencerminkan nilai sosial, gaya hidup urban, serta pengaruh budaya digital dan global. Oleh karena itu, tabel berikut menyajikan dimensi Social Identity yang mendasari konstruksi identitas melalui fashion kalcer.

Temuan penelitian ini menguatkan konsep Social Identity Theory, bahwa fashion menjadi proses kategorisasi dan identifikasi sosial dalam komunitas. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Hakim & Suraya (2024) terkait fashion sebagai eksistensi sosial, serta Maloka & Ayuswantana (2024) yang menekankan pentingnya nilai kepercayaan diri dalam fashion anak muda. Dengan demikian, penelitian ini memperluas hasil penelitian sebelumnya melalui konteks komunitas dance, di mana fashion berfungsi simultan sebagai simbol identitas, performativitas, dan eksistensi digital.

Tabel 1. Beberapa Pengakuan Informan Terhadap Tren Antara Menampilkan Keunikan Pribadi dan Memenuhi Ekspektasi Sosial di Lingkungan Komunitasnya

Tema Utama	Pernyataan Informan (1-5)	Makna / Interpretasi	Kaitan dengan Teori Identitas Sosial
Fashion sebagai Identitas Komunitas	"Outfit itu ciri khas grup, orang bisa kenal kita dari style dulu sebelum lihat dance-nya." (1)	Fashion menjadi penanda visual keanggotaan komunitas.	Social Categorization: Individu menempatkan dirinya dalam kelompok tertentu melalui simbol visual.
Fashion sebagai Sumber Kepercayaan Diri	"Kalau style-ku cocok sama karakterku, aku lebih siap tampil." (I2)	Fashion membantu membangun rasa percaya diri dalam performa panggung.	Social Identification: Individu menginternalisasi nilai kelompok dalam identitas pribadi.
Pengaruh Lingkungan & Media Sosial	"Referensi style banyak dari teman-teman dan IG/TikTok." (I3)	Gaya terbentuk melalui interaksi sosial dan paparan tren visual digital.	Social Comparison: Individu membandingkan gaya kelompoknya dengan referensi lain.
Fashion sebagai Eksistensi & Pembeda	"Pilih gaya yang beda biar kelihatan karakter kita dan nggak sama grup lain." (I4)	Fashion digunakan untuk membangun eksistensi serta diferensiasi individu dan kelompok.	Positive Distinctiveness: Upaya menunjukkan keunikan kelompok dan individu.

Fashion sebagai Representasi Nilai Komunitas	“Style itu bukan cuma baju, tapi vibe dan energi yang kita bawa di panggung.” (I5)	Fashion menjadi simbol nilai estetika, semangat, dan keselarasan kelompok.	Identitas sosial terwujud melalui kesepakatan simbolik dalam ekspresi visual.
--	--	--	---

Temuan ini juga menunjukkan adanya ketegangan antara kebutuhan untuk menonjol dan keinginan untuk diterima. Sebagian informan mengaku tetap mengikuti tren agar tidak tertinggal (*fear of being outdated*), meskipun mereka juga menekankan kebebasan dalam mengekspresikan gaya sendiri. Dualitas ini menggambarkan bagaimana identitas kultural anak muda urban bersifat cair, dinamis, dan terus dinegosiasikan, terutama ketika mereka berupaya menjaga keseimbangan antara menampilkan keunikan pribadi dan memenuhi ekspektasi sosial di lingkungan komunitasnya. Ketegangan tersebut juga memperlihatkan bahwa proses pembentukan identitas tidak berlangsung secara linier, melainkan selalu bergerak mengikuti perubahan tren, konteks sosial, serta kebutuhan individu untuk tetap relevan dalam budaya populer yang cepat berubah.

### **Tema 1: Fashion sebagai Ekspresi Diri dan Kenyamanan Personal**

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menegaskan bahwa fashion dalam komunitas dance bukan sekadar tampilan estetis, tetapi merupakan bentuk ekspresi diri yang memberikan rasa percaya diri dan kenyamanan saat tampil di depan publik. Bagi mereka, pemilihan gaya berpakaian seperti baggy atau oversize tidak hanya berfungsi untuk menunjang gerakan tubuh saat menari, tetapi juga menjadi sarana untuk menampilkan karakter dan keunikan pribadi. Salah satu informan (19 tahun, pekerja) menyatakan bahwa dengan mengenakan gaya tersebut, ia merasa lebih nyaman dan percaya diri saat tampil di depan kamera. Hal ini menunjukkan bahwa makna fashion bagi para dancer bersifat emosional dan simbolik – bukan hanya mengikuti tren, melainkan menegaskan perasaan otentik terhadap diri sendiri dalam setiap penampilan.

Fenomena ini dapat dikaitkan dengan konsep *social identification* dalam teori identitas sosial, di mana individu menginternalisasi nilai-nilai kelompok untuk memperkuat rasa memiliki dan keunikan personal. Dalam konteks komunitas dance, fashion menjadi sarana untuk menegaskan identitas sosial sekaligus mengekspresikan kepribadian. Melalui pilihan outfit, para anggota komunitas menampilkan representasi visual tentang siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Dengan demikian, fashion berfungsi ganda – sebagai alat komunikasi non-verbal dan sebagai bentuk autentisitas diri yang memperkuat citra personal sekaligus kolektif dalam lingkungan komunitas dance Surabaya.

## **Tema 2: Fashion sebagai Representasi Identitas dan Keanggotaan Komunitas**

Bagi anggota komunitas dance, fashion tidak hanya berfungsi sebagai penunjang penampilan, tetapi juga sebagai simbol identitas kelompok dan solidaritas sosial. Pilihan gaya seperti baggy streetwear, sweatpants, dan oversize menjadi ciri khas yang membedakan mereka dari kelompok sosial lain serta menegaskan afiliasi dengan subkultur dance di Surabaya. Fashion menjadi sarana visual untuk menunjukkan keanggotaan dan kedekatan emosional antarindividu dalam komunitas. Seperti diungkapkan oleh salah satu informan (22 tahun, mahasiswi), "Dengan berpakaian tomboi seperti yang saya kenakan sekarang orang-orang sudah menilai kalau ini gaya pakaian saya." Hal ini memperlihatkan bahwa fashion tidak hanya soal gaya, tetapi juga pernyataan identitas diri yang diakui oleh lingkungan sosial. Pernyataan lain dari informan (24 tahun, coach dance) yang menyebut "Dancer tidak hanya menjual gerakan, tidak hanya konsep, tetapi juga penampilan yang sangat menjual," menegaskan bahwa penampilan memiliki nilai performatif dalam memperkuat citra dan kredibilitas seorang dancer di mata publik.

Selain sebagai simbol keanggotaan, fashion juga menjadi media representasi identitas digital di era modern. Informan (19 tahun, mahasiswi) menuturkan, "Terinspirasi dari influencer TikTok sekaligus dancer namanya Varrelri Verra, terkadang dari media sosial Pinterest." Pernyataan ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang penting dalam membentuk dan menampilkan identitas diri melalui visual fashion. Fenomena ini selaras dengan konsep social comparison, di mana individu membangun citra diri melalui perbandingan dan validasi sosial yang diperoleh secara daring. Dalam konteks teori identitas sosial Tajfel & Turner (1979), hal ini mencerminkan dimensi positive distinctiveness, yakni upaya individu untuk menegaskan keunikan dan kebanggaan kelompoknya melalui gaya berpakaian yang khas, namun tetap sesuai dengan norma komunitas. Dengan demikian, fashion tidak hanya menjadi simbol kebersamaan, tetapi juga sarana untuk menunjukkan eksistensi dan diferensiasi identitas dalam ruang sosial maupun digital.

## **Tema 3: Fashion sebagai Ruang Kebebasan dan Eksistensi Sosial**

Bagi para dancer, fashion tidak hanya berfungsi sebagai gaya penampilan, tetapi menjadi ruang kebebasan untuk mengekspresikan identitas personal dan menampilkan versi terbaik dari diri mereka. Kebebasan dalam berbusana memberi ruang bagi individu untuk menunjukkan jati diri tanpa batasan norma berpakaian yang kaku. Seperti disampaikan oleh salah satu informan (24 tahun, ibu rumah tangga), "Saya ingin menjadi trendsetter di kalangan anak muda komunitas dance maupun di luar komunitas." Pernyataan ini menggambarkan adanya dorongan untuk menciptakan pengaruh dan pengakuan sosial melalui fashion, di mana individu tidak hanya menjadi pengikut tren, tetapi juga pembentuk gaya yang merepresentasikan karakter dan keunikan diri. Dalam konteks komunitas dance, kebebasan ini juga menjadi bentuk ekspresi kreatif yang selaras dengan nilai dasar dunia tari – yaitu keberanian menampilkan diri di hadapan publik.

Lebih jauh, fashion bagi para dancer menjadi sarana untuk menegaskan eksistensi diri di tengah arus homogenitas budaya digital. Informan lain

menyatakan, “Nilai kebebasan sih, seperti penampilan yang saya kenakan ini tidak ada yang ngatur, show yourself aja.” Ungkapan ini memperlihatkan bagaimana fashion menjadi pernyataan simbolik tentang kemandirian dan otentisitas diri. Kebebasan berfashion mencerminkan bentuk positive distinctiveness dalam teori identitas sosial, yaitu usaha individu untuk memperoleh pengakuan dan membangun keunikan kelompoknya di ruang sosial maupun digital. Melalui pilihan pakaian yang berani, berbeda, dan autentik, para dancer tidak hanya menegaskan eksistensi mereka dalam komunitas, tetapi juga menunjukkan bahwa fashion dapat menjadi medium untuk mengartikulasikan kebebasan, kepercayaan diri, serta eksistensi sosial dalam lanskap budaya populer saat ini.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Kesimpulan**

Hasil analisis menunjukkan bahwa fashion kalcer di komunitas dance Surabaya memiliki makna yang melampaui aspek estetika, yakni sebagai media simbolik untuk menegaskan identitas sosial, eksistensi diri, dan ekspresi budaya anak muda urban di tengah digitalisasi. Fashion dipahami sebagai sarana ekspresi diri dan kenyamanan personal, di mana gaya seperti baggy streetwear dan oversize look menjadi representasi jati diri yang autentik serta bagian dari self-definition.

Selain itu, fashion berfungsi sebagai penanda identitas sosial dan keanggotaan komunitas, sejalan dengan konsep social categorization dan social identification dalam teori Identitas Sosial. Media sosial turut membentuk selera, citra diri, dan eksistensi digital para dancer melalui proses validasi dan social comparison. Fashion kalcer juga menjadi ruang kebebasan yang memungkinkan individu menegaskan keunikan diri melalui positive distinctiveness.

Secara keseluruhan, penelitian ini berhasil memahami makna fashion kalcer, penggunaannya dalam menegaskan identitas dan eksistensi diri, serta faktor sosial, budaya, dan media yang memengaruhi konstruksi identitas. Temuan ini memperluas teori Identitas Sosial dengan menunjukkan bahwa pembentukan identitas kini berlangsung di ruang fisik maupun digital, menjadikan fashion sebagai jembatan antara ekspresi individu dan identitas kolektif.

Secara eksplisit, penelitian ini menjawab tiga tujuan penelitian, yaitu: (1) fashion kalcer dimaknai sebagai sarana ekspresi diri dan representasi karakter personal; (2) fashion berperan sebagai penanda identitas sosial serta penguat keanggotaan komunitas dance; dan (3) media sosial dan budaya urban menjadi faktor dominan yang memengaruhi konstruksi fashion sebagai ruang eksistensi. Dengan demikian, fashion kalcer menjadi jembatan antara identitas personal dan identitas kolektif di komunitas dance Surabaya.

## **Rekomendasi**

Hasil analisis menunjukkan bahwa fashion kalcer di komunitas dance Surabaya memiliki makna yang melampaui aspek estetika, yakni sebagai media simbolik untuk menegaskan identitas sosial, eksistensi diri, dan ekspresi budaya anak muda urban di tengah digitalisasi. Fashion dipahami sebagai sarana ekspresi diri dan kenyamanan personal, di mana gaya seperti baggy streetwear dan oversize look menjadi representasi jati diri yang autentik serta bagian dari self-definition.

Selain itu, fashion berfungsi sebagai penanda identitas sosial dan keanggotaan komunitas, sejalan dengan konsep social categorization dan social identification dalam teori Identitas Sosial. Media sosial turut membentuk selera, citra diri, dan eksistensi digital para dancer melalui proses validasi dan social comparison. Fashion kalcer juga menjadi ruang kebebasan yang memungkinkan individu menegaskan keunikan diri melalui positive distinctiveness.

Secara keseluruhan, penelitian ini berhasil memahami makna fashion kalcer, penggunaannya dalam menegaskan identitas dan eksistensi diri, serta faktor sosial, budaya, dan media yang memengaruhi konstruksi identitas. Temuan ini memperluas teori Identitas Sosial dengan menunjukkan bahwa pembentukan identitas kini berlangsung di ruang fisik maupun digital, menjadikan fashion sebagai jembatan antara ekspresi individu dan identitas kolektif.

Secara eksplisit, penelitian ini menjawab tiga tujuan penelitian, yaitu: (1) fashion kalcer dimaknai sebagai sarana ekspresi diri dan representasi karakter personal; (2) fashion berperan sebagai penanda identitas sosial serta penguat keanggotaan komunitas dance; dan (3) media sosial dan budaya urban menjadi faktor dominan yang memengaruhi konstruksi fashion sebagai ruang eksistensi. Dengan demikian, fashion kalcer menjadi jembatan antara identitas personal dan identitas kolektif di komunitas dance Surabaya.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, penyertaan, dan kekuatan yang diberikan sehingga penelitian dan penulisan jurnal ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Iwan Joko Prasetyo, S.Sos., M.Si., dan Dr. Siska Armawati Sufa, S.Sos., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dukungan, dan masukan berharga selama proses penyusunan penelitian ini. Apresiasi juga diberikan kepada Universitas Dr. Soetomo, Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah menyediakan lingkungan akademik serta fasilitas yang mendukung kelancaran penelitian.

Penulis turut berterima kasih kepada seluruh informan, yaitu Kak Caleb, Elsha, Ana, Cella, Caca, Keluarga Rolo & Amigos, Keluarga Yangsio, Mariya, Syafira, Mas Angky, Mas Rafael, Kak Sasa yang telah mendukung penuh, Kak Sella dan Kak Maul kakak selagi di Jakarta, atas waktu, cerita, dan pengalaman yang dengan tulus dibagikan selama proses wawancara. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada editor dan reviewer jurnal atas penilaian dan saran yang konstruktif.

Penghargaan juga diberikan kepada sumber inspirasi personal, termasuk grup Seventeen, khususnya Choi Seungcheol, yang turut memberikan semangat dalam perjalanan penyusunan jurnal ini. Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada Pacar Saya Mas Tyo atas dukungan penuh, bantuan tanpa henti, dan pendampingan dalam setiap tahap penelitian dan penulisan jurnal ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alyza Putri Maharani - Kebudayaan Gen Z Kekuatan Kreativitas di Era Digital [2024]. (t.t).
- Branca, G., D'Arco, M., Marino, V., & Resciniti, R. (2025). Beyond Sustainability Narratives: Exploring Generation Z's Shopping Motivations in Vintage Fashion. *Journal of Consumer Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/cb.70050>
- Damayanti, A., Fikri Salsabillah, N., Perdana, Y., & Pamungkas, B. (2025). Digital Fast Fashion Consumption Among Gen Z: A Rasch-Based Study on E-Commerce Strategy Adaptation. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 8(1). <https://doi.org/10.17509/tjr.v7i2>
- Fitria, T. N., Kusuma, I. L., & Sumadi, S. (2022). The phenomenon of Thrifting in State Law and Islamic Economic Perspective: A Business of Second Branded Fashion Trends for Young People. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2423. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.4511>
- Hakim, I., & Suraya, S. (2024). Citayam Fashion Week as the Cultural Identity of Jakarta's Generation Z. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(2), 430-440. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v9i2.914>
- Komunikasi, F., Kreatif, D., Pugersari, D., & Alfarisi, S. (2025). FASHION SEBAGAI MEDIUM VISUAL: ANALISIS KREATIVITAS DESAIN DAN IDENTITAS SOSIAL MAHASISWA UNIVERSITAS BUDI LUHUR.
- Kurnia Yahya, A. (2023). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP CULTURE FASHION SNEAKERS KOMUNITAS INDONESIA SNEAKER TEAM. *Dalam Agustus (Vol. 2, Nomor 2)*.
- Maloka, R. P., & Ayuswantana, P. (2024). Fashion, Identitas, dan Keunikan Sosial Anak Muda. *Jurnal Komunikasi Visual*, 8(1), 67-82.

- Matthews, D., Cryer-Coupet, Q., & Degirmencioglu, N. (2021). I wear, therefore I am: investigating sneakerhead culture, social identity, and brand preference among men. *Fashion and Textiles*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-020-00228-3>
- Matthews, D., & others. (2021). Fashion as identity work among young adults. *Journal of Youth Studies*, 24(9), 1123–1140.
- Muhamad Seftyan, & Askuri'fai Baksin. (2025). Strategi Konten Instagram @urbansneakerssociety dalam Memengaruhi Gaya Fashion Gen-Z. Bandung Conference Series: Communication Management, 5(2). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.21122>
- Nurrachmah, S. (2025). Gen Z's Self-Expression and Digital Identity Strategies on Social Media X: A Quantitative Study of Communication Styles and Audience Engagement.
- Rachmadani, T. (2024). Budaya Populer dan Representasi Identitas di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 23–37.
- Rahma Putri Maloka, A., & Candra Ayuswantana, A. (2024). PERANCANGAN KARAKTER BUKU ILUSTRASI FASHION UNTUK REMAJA GENERASI Z SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN SELF-ESTEEM MELALUI BERPAKAIAN. 3(4). <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i04>
- Sair, A., Aribowo, A., Kusman, A. P., & Ladiqi, S. L. (2025). The TikTok Effect: Exploring Gender Norms, Lifestyle, and Cultural Shifts among Gen Z. *The Journal of Society and Media*, 9(1), 241–259. <https://doi.org/10.26740/jsm.v9n1.p241-259>
- Seftyan, M., & Baksin, A. (2024). Media Sosial dan Fashion Identity di Kalangan Remaja Urban. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 12(2), 144–158.
- Sudarmi, Awaluddin, M., Syam, A., & Mahmuddin. (2024). Tren Fashion Syariah dalam Digitalisasi Marketing di Era Milenial dan Gen Z. *Economic Reviews Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.329>
- Turner, J. C., Brown, R. J., & Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European Journal of Social Psychology*, 9(2), 187–204. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420090207>

*Ramadhani, Prasetyo, Sufa*

Wicaksono, M. A., Patricia, A., & Maryana, D. (2021). PENGARUH FENOMENA TREN KOREAN WAVE DALAM PERKEMBANGAN FASHION STYLE DI INDONESIA. Desember, 2(2), 74.