



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 8602-8611

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Perspektif Komunitas Ganiati dalam Mengekspresikan Gerakan Anti-Mode Masa Kini

Kaffah Imanuddin MR Santosa<sup>1✉</sup>, Oceu Apristawijaya<sup>2</sup>

Universitas Pertiwi

Email: [Kaffah.imanuddin@pertiwi.ac.id](mailto:Kaffah.imanuddin@pertiwi.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Mengingat perkembangan industri yang semakin maju dunia fashion sangat mudah merubah tren berdasar zamannya. Prilaku konsumerisme khususnya pada remaja di kota Bandung menyerap budaya masuk dengan cepat kedalam kehidupan remaja yang sangat terbuka dengan perubahan yang terjadi. Beberapa tren yang diserap berasal dari dunia di balik layar gadget yang menjadi sebuah kebutuhan di masa kini. Busana tidak lagi hanya menjadi sebuah alat pelindung badan dari panas dan dingin, lebih dari itu gaya berbusana menjadi sebuah media untuk mengkomunikasikan dirinya. (Adlin, Alfathri, 2006) Dalam Penelitian ini penulis mencoba menggali pandangan sebuah komunitas performance art yang berfokus pada gerakan dan fashion dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui pendekatan etnografi dalam mengenali dan menggali perspetif tersebut. Dengan menyebarnya tren tertentu membuat gaya berbusana menjadi terasa monoton, ada kecenderungan sama antara suatu pakaian yang dikenakan pada seseorang dengan orang lainnya dengan tren yang sama. Ganiati merupakan komunitas performance art yang ingin mendobrak prilaku berbusana dalam tren yang seolah memaksa untuk membentengi gaya berbusana. Dengan diiringi musik, tarian, dan senam khas ganiati mereka bermain di ruang publik dengan menggunakan busana yang tidak lazim.

Kata Kunci: *Fesyen, Ganiati, Pertunjukan Seni, Anti-Mode*

## Abstract

Given the development of an increasingly advanced industry, the fashion world is very easy to change trends based on the times. Consumerism behavior, especially among teenagers in the city of Bandung, absorbs culture quickly into the lives of teenagers who are very open to changes that occur. Some of the trends that are absorbed come from the world behind the gadget screen which has become a necessity in the present. Clothing is no longer just a means of protecting the body from heat and cold, more than that the style of clothing becomes a medium to communicate itself. (Adlin, Alfathri, 2006) In this research, the author tries to explore the views of an art performance community that focuses on movement and fashion by using descriptive qualitative methods through an ethnographic approach in recognizing and exploring these perspectives. With the spread of certain trends, the style of clothing becomes monotonous, there is a tendency for the same clothes to be worn by one person with another person with the same trend. Ganiati is a performance art community that wants to break the behavior of dressing in trends that seem to force to fortify the style of dress. Accompanied by music, dance, and gymnastics typical of Ganiati, they play in public spaces using unusual clothing.

Keywords: *Fashion, Ganiati, Performance Art, Anti-Fashion*

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman telah melindas budaya yang ada terutama dalam hal berinteraksi satu sama lain. Perkembangan pemikiran manusia dan rasa ingin eksis dikedepankan di era modern ini, banyaknya bermunculan sosial media membuat segelintir umat manusia menjadikannya sebagai sarana dalam mencurahkan cerita hidup, memperluas relasi, bahkan menjadikannya alat sebagai pembentuk citra dirinya di mata publik salah satunya melalui fashion. Fashion dapat menjadi suatu bagian yang seolah tak dapat terpisah dari gaya dan kehidupan sehari-hari. Beberapa benda seperti pakaian yang semula diperuntukan untuk menutup bagian tubuh, melindungi dari panas dan dingin suhu sekitar semata menjadi sebuah alat komunikasi dalam menyampaikan identitas pribadi berdasar image yang dikonstruksi. Dalam perkembangan selanjutnya dunia fashion tidak hanya berbincang tentang serba aneka busana serta aksesoris yang dipadukan dengan teknologi sebagai buah hasil kemajuan zaman, namun juga telah menjadi sebuah kebanggaan tersendiri ketika seseorang menggunakannya. Rasa percaya diri, ingin tampil menarik, dan ingin diperhatikan orang lain disamping pesan yang ingin ia komunikasikan membuat manusia lebih memilah seperti apa pakaian yang akan ia gunakan berdasarkan tempat kemana ia akan kunjungi dan siapa yang akan melihatnya.

Menurut Artana, (2022) Dalam (Widhiyanti, Ni WW, dkk, 2023) Style adalah pakem atau dasar gaya berpakaian yang menggambarkan karakteristik pemakainya. Budaya populer merupakan interpretasi dan kreasi masyarakat yang terwujud dalam suatu

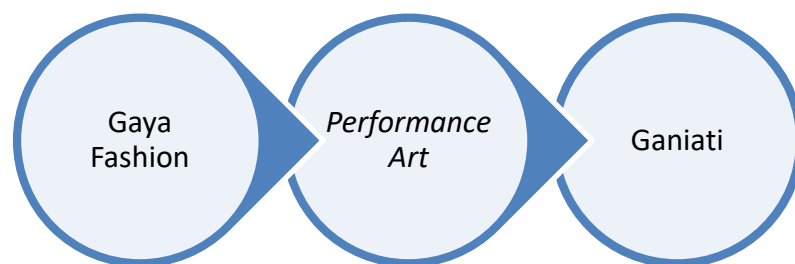
kebudayaan, ditampilkan secara dominan, dan memiliki nilai-nilai yang berpengaruh bagi masyarakat. (Andriyani, VW,& Putri, EIE, 2023) Gaya berpakaian atau berbusana dapat menjadi sebuah cara pertama dalam memandang dan menilai seseorang. Di samping itu fashion juga menjadi sarana untuk mengekspresikan diri seseorang. Upaya untuk memilah fashion agar tampilannya lebih dipandang bukanlah merupakan hal baru. Bahkan Jauh sebelum zaman modern seperti sekarang upaya ini sudah dilakukan. Produsen pun ikut serta berlomba agar barang yang di produksi bukan hanya sekedar mengacu kepada fungsi semata, disamping itu ada hal yang lebih dicari yaitu memikirkan bagaimana caranya produk itu dapat merefleksikan kepribadian si pemakai. Dengan cepatnya informasi yang masuk dibantu dengan gadget membuat sebagian besar manusia mengikuti beberapa tren dalam berbusana. Sehingga timbul rasa monoton ketika melihat gaya pakaian remaja masa kini. Tren membuat batasan kreativitas dalam menentukan pakaian, mengingat banyaknya gaya berbusana, kekayaan gaya berbusana Indonesia dengan berbagai macam ragam busana tidak membuat mereka berpikir bahwa disamping tren yang ia ikuti masih banyak lagi yang lebih memiliki nilai estetis bahkan timbul kearifan lokal yang bisa dikembangkan. Performance art merupakan suatu gerakan seni yang berlandaskan oleh ide dan konsep yang dikemas menjadi sebuah pertunjukan secara spontan maupun terstruktur terkait waktu tempat dan apa yang dilakukan seniman dalam ruang publik. Dalam setiap pertunjukan ini selalu memiliki sebuah pesan yang ingin disampaikan kepada apresiator. Wujudnya sangat beragam, tergantung apa yang akan ditampilkan sebagai media penyampaian pesan seniman. Dance merupakan salah satu bentuk hiburan yang banyak diminati orang. Gerakan yang enerjik, kostum yang menawan, dan musik yang menjadi background membuat apresiator tertarik untuk melihat. Salah satu contoh bentuk dance yang diadakan di ruang publik secara spontan yaitu flash mob, salah satu cabang tarian ini merupakan tarian yang disajikan secara spontan di tempat-tempat umum seperti tempat makan, mall, sekolah, dan beberapa fasilitas umumnya. Agar mendapat perhatian banyak dari masyarakat setempat biasanya mengusung tema-tema yang sangat mudah menjadi point interest ketika berada di tempat umum. Biasanya menggunakan properti yang nyentrik sehingga menjadi pusat perhatian.

Komunikasi sebagai bagian penting dari budaya memiliki peran yang signifikan dalam kegiatan interaksi antar sesama. Hampir setiap tindakan interaksi membutuhkan komunikasi yang kemudian dapat disebut sebagai interaksi komunikatif. Salah satu peristiwa interaksi komunikatif terjadi di ruang publik. Ganiati merupakan suatu akronim dari Garing Mania Sampai Mati yaitu sebuah komunitas performance art yang terlahir sejak tahun 2000, bermula dengan beranggotakan anak kampus dari Universitas Pendidikan Indonesia atau

yang sering dikenal sebagai kampus UPI yang dulunya merupakan IKIP. Ganiati terbentuk sebagai wadah untuk mencurahkan ekspresi lewat gerakan tubuh dan fashion yang diiringi oleh musik. Komunitas ini menitik beratkan kepada gerakan dan fashion sebagai sebuah sarana ekspresi kebebasan jiwa. Dengan busana yang cenderung warna-warni dan tak lazim, mereka mencoba mendobrak gaya busana anak muda masa kini yang dinilai monoton terbatas oleh tren yang diikuti. Fenomena baru akan menjadi magnet bagi sebagian kalangan. Apalagi dengan dukungan teknologi termasuk media sosial, menjadi wadah yang menjanjikan untuk memberikan informasi serta menarik minat masyarakat tutur Aaliyah, (2022) dalam (Yuliana, Lingga, 2023).

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode pendekatan yang digunakan mengacu sepenuhnya pada pendekatan penelitian kualitatif. Hal ini karena sifat masalah dalam penelitian ini mengarah pada fenomena sosial yang bersifat deskriptif. Di samping itu juga disebabkan penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kenyataan sosial secara komprehensif dalam ranah interaksi dan komunikasi dalam suatu komunitas tutur dari perspektif partisipan. Penelitian ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu: (1) pengumpulan data dan (2) analisis data. Pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan tiga teknik, yaitu: (1) observasi partisipan; (2) wawancara mendalam; (3) penelusuran dokumen (Kuswarno, 2008:48-60). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teori etnografi komunikasi.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran  
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Secara filosofi, etnografi dalam Emic didefinisikan oleh Kim (1993) dari perspektif metodologi yaitu terutama menggunakan interview yang tidak terstruktur dan berbagai tingkat observasi, dari deskripsi sederhana sampai observasi partisipan yang lengkap. Etnografi merupakan kegiatan riset yang harus dilakukan melalui pendekatan yang alamiah.

Peneliti harus mengadopsi perilaku yang respek atau menghargai dunia social. Ada dua dasar yang dapat dipakai dalam mengumpulkan data etnografi yaitu interpretivism dan interactionism. Interpretivism, diperkenalkan sekitar tahun 1930- 1940 sebagai reaksi terhadap empiric logical dan instrumental rasional dan sebagai pendekatan yang menyertai fenomenologi. Menurut Schutz (1967) pendekatan ini berfokus pada pengetahuan umum tentang berbagai masalah manusia. Selain itu, pendekatan interpretif fenomenologi mencari dan mengenal diri dan kehidupan sosial dalam kelompok (Strathern, 1981). Konsep kunci dalam melakukan aktifitas etnografi memiliki elemen sentral meliputi: (1) Refleksifitas adalah keadaan dimana peneliti dapat menjadikan dirinya sebagai alat untuk memperjelas data pada proses pengumpulan data dalam melihat respon subjek melalui kehadiran peneliti dan respon peneliti pada konteks. Bias dan subjektivitas adalah resiko yang bisa terjadi (Hammersley & Atkinson, 1995). Observasi partisipan, merupakan bagian utama dari metodologi . Ini adalah proses dimana sebagai peneliti, fokusnya adalah dirinyasendiri secara keseluruhan dalam situasi social. Dengan demikian peneliti akan lebih dekat dengan mereka (informan) ketika mereka berespon terhadap kehidupan , dan tidak hanya mendengar apa yang mereka katakan tetapi mengambil semuanya dari yang respon terkecil mereka terhadap situasinya (Goffman, 1989). Peneliti dianjurkan untuk mempertimbangkan elemen perilaku, pengetahuan dan semua yang membantu memperjelas.

Etnografi komunikasi bisa dikategorikan sebagai salah satu cabang dari Antropologi, Lebih khususnya lagi merupakan turunan dari Etnografi berbahasa. Dalam Etnografi komunikasi selalu berkaitan dengan pola perilaku komunikasi dimana pola ini menjadi salah satu komponen penting dalam sistem kebudayaan. Dalam perkembangannya Hymes (1962) lebih condong pada istilah etnografi komunikasi karena menurutnya, yang menjadi kerangka acuan dan ;ditempati; bahasa dalam suatu kebudayaan adalah pada 'komunikasi'nya dan bukan pada 'bahasa'nya. Bahasa hidup dalam komunikasi, bahasa tidak akan memiliki makna jika tidak dikomunikasikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Ganiati merupakan sebuah komunitas yang mulanya terbentuk dalam lingkungan kampus, latar belakang pendidikan seni rupa yang kuat membuat para pendiri Ganiati tersentuh dengan kondisi zaman yang sangat mudah untuk merubah gaya hidup seseorang terutama remaja dalam tata cara berbusana. Kreativitas dibentuk oleh tren, bukan lagi terbentuk berdasar ide dan ekspresi pengguna pakaian itu sendiri. Garing merupakan salah satu istilah yang lebih mengarah kepada hal yang tidak berhasil, jika didalam ranah lelucon bisa dikatakan tidak lucu. Ganiati didirikan pada tahun 2000, mulanya hanya beranggotakan

beberapa orang saja dengan mulai berkegiatan berkeliling kampus dengan menggunakan gerakan dan fashion sebagai sarana berekspresi.

Dengan penampilannya yang nyentrik, barulah penambahan anggota semakin bertambah mulai dari teman sekelas, satu angkatan, satu jurusan, satu kampus, hingga kini terus berkembang merambah keluar kampus. Ganiati baru mulai eksis pada tahun 2001, dsarisana komunitas ini mulai sering tampil di acara-acara kampus sebagai bentuk pengenalan eksistensi mereka. Tujuan dari komunitas ini adalah "Menyebarkan misi garing dengan berpakaian nyeleneh alias nabrak abis". Disaat publik melihat komunitas ini, pasti akan berketus "Hihhh,apa sih!", tapi memang itulah tujuan yang ingin komunitas ini dapatkan, membuat orang garing. Jika apresiator justru tertawa atau tersenyum, justru akan membuat komunitas ini merasa gagal dalam menjalankan misinya. Kehadiran mereka biasanya suka ditemui saat acara-acara festival. Walaupun 'nyeleneh', Ganiati adalah komunitas yang peduli terhadap seni dan budaya.



Gambar 2. Potret Ganiati  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dari segi aktivitas komunikasi para anggota saling menyampaikan ekspresinya lewat pakaian yang digunakan pada saat akan 'gentayangan' atau tampil di depan publik. Gerakan-gerakan khas Ganiati selalu ditampilkan, salah satunya adalah 'Senam Ganiati' yang merupakan senam kebugaran. Terdiri dari gerakan wajah, kepala, tangan, perut, pinggul, dan kaki. Para anggota ganiati memberikan intruksi dalam bentuk kode gesture, biasanya di depan ada satu orang sebagai maskot yang memimpin gerakan senam tersebut lalu diikuti oleh anggota senam lainnya. Terjadi interaksi komunikasi juga pada saat tampil di ruang publik seperti mengucapkan salam, serta lelucon yang kerap dilontarkan beberapa anggota secara berlawanan maupun perorangan. Maka dari itu tak heran dalam festival pun mereka senang menari, bermain angklung, atau bernyanyi. Ciri-ciri yang paling mudah dikenali yaitu, mereka senang sekali memakai baju dengan warna-warna 'nge-jreng' dan 'nyeleneh'. Misalnya, wig kriting, celana ketat pink, kacamata tebal, ikat kepala, baju bercorak

polkadot, dan lain-lain. Menurut Gusman, salah satu anggota, fashion unik Ganiati ini merupakan wujud kebebasan mereka dalam berekspresi. "Fashion Ganiati menunjukkan kebebasan berekspresi, nyeleneh tapi enak dilihat, Fashion anak muda masa kini yang monoton yang cenderung mengikuti trend fashion. Kami ingin mengkritik hal tersebut dengan menabrak trend fashion yang ada" tandas Gusman. Ada pun tradisi unik yang dimiliki oleh setiap anggota Ganiati yang diharamkan untuk senyum dan pantang untuk tertawa.



Gambar 3. Kegiatan pra-event  
(sumber: Dokumentasi)

Dalam komponen komunikasi komunitas Ganiati banyak bentuknya, mulai dari lelucon yang suka dilontarkan ketika berjalan, atau teriakan teriakan histeris yang hanya ditujukan untuk menarik perhatian para penonton disekelilingnya. Pada langkah pertama dalam suatu acara biasanya Ganiati mengucapkan perkenalan yang dilanjutkan dengan senam khas Ganiati. Yaitu sebuah gerakan-gerakan yang aneh dan tidak lazim jika dibanding dengan senam konvensional. Ada yang dinamakan senam wajah, yaitu senam untuk meregangkan wajah, para penonton yang melihat diajak untuk melakukan senam ini dengan dipandu satu orang Ganiati lalu di temani oleh anggota lainnya untuk menaik-turunkan halis, mengedipkan mata, memajukan bibir, membuka mulut, dan gerakan lainnya yang berhubungan dengan otot wajah. Setelah senam muka selesai biasanya lanjut pada gerakan lainnya, misalnya gerakan menghirup aroma ketiak yang diusap oleh tangan, gerakan menghirup aroma bokong melalui tangan yang disentuh dan goyang khas Ganiati. Tentu hal ini menjadi menarik karena terkesan sangat aneh, tapi para Ganiati tidak dibolehkan tertawa atau harus memasang muka serius pada saat menjalankan serangkaian acara. Gerakan ini biasanya terstruktur, namun tidak dibatasi jika ada gerakan tambahan baru yang bersifat situasional.



Gambar 4. Aktivitas performance art "senam ganiati"

Peristiwa komunikasi ini mengusung topik senam kebugaran ala-Ganiati yang merupakan bagian menarik saat mereka berinteraksi dengan para penonton. Hebatnya tidak sedikit penonton yang menjadi partisipan dalam artian penonton ikut serta pada saat Ganiati melakukan senam dalam berbagai usia dan gender, tujuannya adalah untuk menghilangkan stress, membuat otot bergerak, dan saraf wajah menjadi Relax. Disamping misi individu Ganiati, ini juga berfungsi sebagai sarana hiburan bagi penonton.



Gambar 5. Pra-event performance art kampus UPI  
(sumber: Dokumentasi Pribadi)

Serangkaian kegiatan ini biasanya dilakukang di area umum, seperti kampus, mall, tempat diadakannya event, bangunan heritage, dan area umum lainnya yang terlihat ramai. Namun berkembangnya komunitas Ganiati tak jarang mereka tampil sebagai tamu undangan dari berbagai macam acara sebagai penghibur dalam meramaikan acara tersebut. Pesan yang ingin disampaikan adalah rasa berekspresi Ganiati lewat fashion yang digunakan dan gerakan yang ditampilkan. Bahwa mereka ingin manusia kreatif dalam berbusana berdasar keinginan atau ekspresi dirinya, bukan hasil dari tren yang membuat monoton dan benteng dalam kreatif berbusana. Selain itu dalam rangka kebugaran mereka

ingin menyampaikan bahwa olahraga bukanlah hal yang melelahkan, bisa dikemas dalam bentuk hiburan dan dapat diikuti secara mudah oleh penonton. Meski begitu memang ada beberapa norma-norma interpretasi dari segala yang ditampilkan seperti berbusana ketat, menggunakan celana dalam diluar, dan penampilan yang bukan kodratnya seperti pria seperti wanita kemudian sebaliknya memang menimbulkan berbagai persepsi dari penonton. Juga pada gerakan-gerakan yang tabu seperti pada 'Senam Ganiati' pun memunculkan banyak persepsi. Ada yang berpikiran bahwa itu menentang norma-norma yang ada seperti kesopanan dalam berbusana, gerakan-gerakan yang erotis. Namun tidak semua beranggapan demikian, ada juga yang merasa terhibur dengan eksistensinya, bahkan pesan yang disampaikan dapat ditangkap bahwa ini merupakan salah satu bentuk kebebasan berekspresi. Setelah lebih dari 10 tahun, komunitas ini masih terus eksis hingga kini, bahkan kini tidak hanya dibatasi mahasiswa UPI saja. Mahasiswa dari kampus-kampus lain seperti Unpad, ITB, BSI juga ikut bergabung meramaikan Ganiati.

#### SIMPULAN

Ganiati merupakan sebuah komunitas performance art, bertolak dari kecenderungan gaya berbusana yang selalu mengikuti tren. Hal tersebut membuat ekspresi dalam berpakaian menjadi terbentengi oleh kaedah dalam tren tersebut. Komunitas ini ingin mendobrak gaya berbusana yang cenderung monoton, dengan gaya fashion Ganiati yang cenderung warna-warni berdasar ekspresi diri dari masing-masing anggota komunitas Ganiati berharap pesan yang disampaikan lewat penampilannya diruang publik dapat diapresiasi dengan baik sebagai bentuk kritik dari dunia fashion di masa kini yang disajikan dengan gerakan khas dan iringan musik beserta konten tradisi Ganiati didalamnya.

Aktivitas komunikasi yang dilakukan terkesan interaktif, baik dengan para penonton maupun sesama anggota Ganiati. Komponen komunikasi yang terkandung dalam komunitas ini mengusung lelucon yang dikemas menjadi sebuah performance art yang unik dan 'nyentrik'. Kehadiran mereka ditengah mode fashion yang makin hari makin harus mengikuti tren agar tidak terlihat aneh, mereka berani manampilkannya di ruang publik dengan menyinggung etnik, status sosial dan pesan yang bersinggungan dengan norma-norma interpretasi yang tabu sebagai komponen komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, VW, & Putri, EIE, 2023, Representasi Budaya Populer pada Fenomena "Citayam Fashion Week" Di Indonesia, *International Journal of Education Resources (INCARE)*, Vol.3, No.5
- Dewanto, Thomas H, 2023, Communication Analysis in the Illustration of "Temptation and Test" Interpretation of Art Performance Rhythm by Marina Abramovic, *Jurnal Ilmu Komunikasi (Kanal)*, Vol.11,
- Goffman, E. (1989). On Fieldwork. *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol.18 No.2, 123-132.
- Hammersley, M & Atkinson, P (1995). *Ethnography: Principles in Practice*. London: Routledge.
- John A. Walker. 1977. *Glossary of Art, Architecture and Design Since 1945*. London : Clive Bingley Ltd.
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Etnografi komunikasi*. Bandung : Widya Padjadjaran
- Mauriel, Saville-Troike. 1986. *The Ethnography of Communication* Southampton : The Camelot Press
- Widhiyanti, Ni WW, & Nindhia, CIP, dkk, 2023, Streetwear Style dari Voordurend dalam Karya Fotografi Fashion, *Retina Jurnal Fotografi*, Vol.3, No.2
- Yuliana, Lingga, 2023, Analisis Tren Citayam Fashion Week Terhadap Preferensi Konsumen Pada Pembelian Produk Second Hand di Carousell, *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Vol.7, No.1.