

Jargon Sebagai Representasi Identitas Dan Media Ekspresi Visual Dalam Komunitas Fashion Digital

Jargon as a Representation of Identity and a Media of Visual Expression in the Digital Fashion Community

**Pramisdi Winanto Saputro¹, Aziz Fauzi², Nina Olivia³, Aurisa Syahira⁴,
⁵Fidiatul Adiyah, ⁶Diardana Prima Sintasari, ⁷Ina**

^{1,5,6,7} Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Tangerang Raya

² Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Syekh - Yusuf

^{3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Syekh – Yusuf

*email: ¹Pramisdi.winto@untara.ac.id, ²afauzi@unis.ac.id, ³2306030012@students.unis.ac.id,
⁴2306030010@students.unis.ac.id, ⁵fidiatuladiyan@gmail.com, ⁶diardanaprimasinta@gmail.com,
⁷inarozak89@gmail.com

Histori Artikel:

Diajukan:
3/10/2025

Diterima:
27/10/2025

Diterbitkan:
29/10/2025

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan dalam menyelidiki pemakaian istilah khusus dalam komunitas fashion digital sebagai simbol identitas sosial. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengenali bentuk, arti, serta fungsi sosial dari istilah-istilah yang sering muncul di platform digital. Metodologi yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif dengan fokus pada sociolinguistik, khususnya jargon. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati konten digital, termasuk unggahan video, keterangan, dan interaksi dalam komunitas yang mengandung istilah-istilah fashion. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan wacana sociolinguistik yang dikhususkan pada jenis jargon di dunia fashion, dengan tahapan sebagai berikut: (a) mengumpulkan data; (b) mereduksi data; dan (c) menganalisis data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa istilah fashion bukan hanya mencerminkan tren gaya, tetapi juga memiliki makna simbolis yang memperkuat ikatan antar anggota komunitas serta membentuk batas sosial di antara subkultur yang berbeda. Istilah-istilah ini menggambarkan bagaimana komunitas fashion menyusun nilai-nilai bersama melalui bahasa yang khusus dan bisa dikenali oleh anggotanya. Istilah-istilah yang muncul dalam komunitas tersebut menjadi bagian dari gerakan sosial yang mendorong perubahan perilaku konsumsi, terutama di kalangan generasi muda. Dengan demikian, jargon dalam komunitas fashion digital memiliki peran yang penting tidak hanya dalam aspek komunikasi, tetapi juga dalam membangun identitas kolektif, menyampaikan nilai-nilai budaya, dan meningkatkan kesadaran sosial di ruang budaya visual yang terus berubah.

Kata kunci: Jargon Fashion, Komunitas Digital, Identitas, Semiotika, Ekspresi Visual

ABSTRACT

This study aims to investigate the use of specific terms in digital fashion communities as symbols of social identity. The main objective of this study is to identify the form, meaning, and social function of terms frequently appearing on digital platforms. The methodology applied is a qualitative approach with a focus on sociolinguistics, particularly jargon. Data collection was conducted by observing digital content, including video uploads, captions, and interactions within the community containing fashion terms. Analysis was conducted using a sociolinguistic discourse approach specifically focused on types of jargon in the fashion world, with the following stages: (a) collecting data; (b) reducing data; and (c) analyzing data. The results of this study indicate that fashion terms not only reflect style trends but also have symbolic meanings that strengthen bonds between community members and form social boundaries between different subcultures. These terms illustrate how the fashion community constructs shared values through a specific language that is recognizable by its members. The terms that emerge within this community become part of a social movement that encourages changes in consumption behavior, especially among the younger generation. Thus, jargon in the digital fashion community plays an important role not only in communication aspects, but also in building collective identity, conveying

cultural values, and raising social awareness in the ever-changing visual cultural space.

Keywords: *Fashion Jargon, Digital Community, Identity, Semiotics, Visual Expressi*

PENDAHULUAN

Dunia digital sekarang ini penuh dengan istilah-istilah baru yang muncul begitu cepat. Platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube bukan hanya menjadi wadah untuk menampilkan gaya busana, tetapi juga mejadi ruang berkembangnya berbagai istilah khas seperti *OOTD*, *clean girl aesthetic*, *capsule wardrobe*, *thrifting*, sampai *sneakerhead*. Istilah-istilah ini tidak hanya berfungsi sebagai penamaan tren aja, tetapi juga menjadi sarana ekspresi visual dan penunjuk identitas digital para penggunanya. Seperti yang dijelaskan oleh (Lutfiah & Sudarwati, 2021) bahwa media sosial punya peran penting dalam menciptakan variasi bahasa baru yang dipakai dengan kreatif, sesuai konteks, dan seringkali *viral* di kalangan tertentu.

Bentuk dan makna istilah-istilah di dunia digital bisa menunjukkan dinamika sosial, nilai-nilai estetika, dan semangat zaman yang ada di baliknya. Contohnya, dalam penelitian (Fauziyah, 2020) ditemukan bahwa istilah seperti *triple black*, *deadstock*, dan *OG* bukan hanya mengacu pada jenis sepatu, melainkan juga menjadi penanda status dan identitas di komunitas tersebut. Fenomena ini semakin menguatkan anggapan bahwa bahasa itu berkembang dalam interaksi sosial dan budaya tertentu, termasuk di bidang ekonomi kreatif seperti model.

Dunia *fashion* digital pun memperlihatkan bagaimana bahasa mengalami perkembangan yang khas, adaptif, dan penuh kekhasan ekspresif. Beberapa istilah khusus bahkan lahir dari proses pembentukan kata yang kreatif, menggabungkan berbagai makna. Hal ini mirip dengan penelitian (Seli, 2019) di mana singkatan, pemotongan kata, dan pemendekan menjadi cara efektif untuk menciptakan istilah yang bermakna. Hal serupa juga terjadi di dunia mode, contohnya *OOTD*, *DIY*, atau *Y2K*. Meski singkat, istilah-istilah ini mampu mewakili konsep gaya yang kompleks.

Adanya istilah-istilah khusus ini seringkali dipengaruhi oleh pengelompokan sosial di dalam komunitas. Menurut (Rahayu et al., 2022) bahwa setiap komunitas memiliki kosakata uniknya sendiri, sesuai dengan identitas dan nilai-nilai budayanya. Dalam dunia *fashion*, fenomena serupa juga dapat di temukan dalam komunitas *fashion*. Istilah *high fashion*, misalnya, mengacu pada gaya yang eksklusif, sementara *streetwear* lebih mewakili identitas kasual dan gaya hidup perkotaan. Pembagian gaya ini menunjukkan bahwa jargon bukan hanya sekadar bahasa, tetapi juga mencerminkan kelas sosial, preferensi gaya, dan bahkan harapan ekonomi.

Lebih dari itu, penggunaan jargon dapat mempengaruhi tingkah laku mitra tutur serta identik dalam perkembangan tren. Haris (2024) menjelaskan bahwa istilah khusus itu adalah cara berkomunikasi yang bisa membangun keyakinan dan kedekatan dalam suatu kelompok. Keterlibatan anak muda, terutama Generasi Z, juga memainkan peran penting dalam tumbuhnya istilah jargon dalam dunia digital. Sejalan dengan itu (Ariestya et al., 2022) menjelaskan, bahwa generasi ini sangat memperhatikan bahasa yang dikemas secara ringkas, komunikatif, dan mudah di pahami di media digital. Artinya, komunitas mode digital yang didominasi Gen Z sangat mengandalkan istilah khusus sebagai alat untuk berinteraksi dan menunjukkan identitas diri.

Pemakaian istilah khusus dalam komunitas mode juga menjadi simbol resistensi terhadap arus tren utama, atau sebagai wujud keaslian kelompok dari kelompok tertentu. Seperti yang terungkap dalam artikel (Kurniawan et al., 2021), istilah khusus dipakai untuk menjaga budaya setempat agar tetap eksklusif dan tidak mudah dipahami orang luar.

Di era *fashion* digital ini, kehadiran istilah-istilah khusus tak terpisahkan dari

pendekatan kualitatif deskriptif dan studi kasus dengan fokus pada sosiolinguistik. Tujuan penelitian adalah untuk mengeksplorasi bentuk, arti, dan fungsi sosial jargon di komunitas mode digital. Metode ini sesuai dengan cara penggunaan bahasa dalam budaya *visual online*. Sejalan dengan itu (Kolang & Gede Mahendrayana, 2023) menekankan pentingnya konteks budaya dalam variasi bahasa. Data yang diperoleh berasal dari ucapan, istilah, dan percakapan di media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Kriteria data yang digunakan adalah istilah yang termasuk kedalam hargon yang digunakan dalam kegiatan *fashion*

Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan, mengikuti metode yang diterapkan oleh (Wahab Syakhirul Alim, Kurrotun A'yuniyah, 2022). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar istilah dalam dunia model yang dibagi berdasar jenis gaya, tipe potongan, praktik, dan koleksi. Proses analisis data dilakukan dengan beberapa tahap: (a) mengumpulkan data; (b) mereduksi data; dan (c) menganalisis data. Pada tahap pengumpulan, peneliti mengamati dan mencatat berbagai konten digital seperti video, caption, dan interaksi di media sosial yang berisi jargon fashion. Tahap reduksi dilakukan dengan menyeleksi dan menyederhanakan data agar hanya yang relevan dengan fokus penelitian yang dipertahankan. Selanjutnya, tahap analisis dilakukan dengan menafsirkan makna dan fungsi sosial setiap jargon menggunakan pendekatan sosiolinguistik dan semiotik untuk memahami bagaimana bahasa tersebut mencerminkan identitas dan ekspresi visual komunitas fashion digital.

Data jargon terdapat 27 istilah. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori (Fauzi & Bayu, 2022) serta konsultasi dengan ahli bahasa, khususnya yang ahli di bidang Sosiolinguistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil studi menunjukkan bahwa istilah khusus dalam komunitas mode digital memiliki banyak variasi dan terus berubah mengikuti perkembangan tren serta hubungan di media sosial. Berdasarkan pengamatan pada platform TikTok, Instagram, dan YouTube selama dua

minggu, ditemukan 27 istilah unik yang sering dipakai oleh para kreator dan komunitas mode digital. Istilah-istilah ini bisa dibagi ke dalam beberapa kategori utama, seperti yang berikut ini:

Tabel 1. Pengelompokan Jargon Fashion Berdasarkan Jenisnya

Jenis Jargon	Istilah	Keterangan
Aktivitas	<i>OOTD (Outfit of The Day)</i>	Mengunggah foto / video pakaian yang dikenakan hari itu
	<i>Fit check</i>	Mengecek atau memamerkan keseluruhan <i>outfit</i>
	<i>Mix and match</i>	Mencocokkan item fashion agar terlihat menarik
	<i>Layering</i>	Teknik mengenakan beberapa lapisan pakaian
	<i>Thrift/Thrifting</i>	Aktivitas membeli pakaian bekas murah
	<i>DIY (Do It Yourself)</i>	Membuat atau menghias pakaian/ aksesoris sendiri
	<i>Hype</i>	Antusiasme tinggi terhadap <i>item</i> atau merek <i>fashion</i>

	<i>Fashionista</i>	Orang yang mengikuti tren <i>fashion</i> secara aktif		<i>High fashion (HF)</i>	Gaya mewah dari desainer ternama
	<i>Unboxing</i>	Membuka paket produk <i>fashion</i>		<i>Athleisure</i>	Gaya campuran olahraga dan kasual
	<i>Haul</i>	Memperlihatkan hasil belanja.		<i>Vintage</i>	Gaya klasik dari era lampau
Gaya	<i>Minimalist look</i>	Gaya sederhana, bersih, tidak berlebihan	Model / Potongan	<i>Cropped</i>	Pakaian dengan potongan pendek (<i>crop top</i>)
	<i>Clean girl aesthetic</i>	Gaya segar, natural, <i>Effortless</i>		<i>Oversized</i>	Pakaian dengan ukuran lebih besar dari tubuh
	<i>Streetwear</i>	Gaya kasual khas jalanan, terpengaruh budaya urban	Koleksi	<i>Capsule wardrobe</i>	Koleksi pakaian minimal dan fungsional
	<i>Grunge</i>	Gaya rebel dari musik grunge tahun 1990-an		<i>Preloved</i>	Barang <i>fashion</i> bekas yang masih layak
	<i>Edgy</i>	Gaya yang tegas, berani, dan sedikit ekstrem		<i>Sneakerhead</i>	Kolektor dan penggemar sepatu <i>sneakers</i>
	<i>Glamboy</i>	Gaya mencolok, percaya diri, <i>fashionable</i>		<i>Statement piece</i>	Item mencolok yang menjadi pusat perhatian
	<i>Y2K</i>	Gaya terinspirasi era awal 2000-an			

Data menunjukkan bahwa pemakaian istilah khusus sangat dipengaruhi oleh tren global, namun mengalami penyesuaian dengan konteks lokal baik dalam pengucapan,

penulisan, maupun arti. Contohnya, kata “*thrifting*” di Indonesia bukan hanya berarti kegiatan mencari pakaian bekas, tetapi juga mewakili gaya hidup yang ramah lingkungan dan mencerminkan keunikan individu. bagian dari praktik diskursif komunitas digital.

Pembahasan

Dalam penelitian ini, istilah-istilah yang diperoleh kemudian diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama, yaitu aktivitas, gaya, potongan, dan koleksi. Setiap kategori ditentukan berdasarkan kesamaan dalam konteks penggunaan, orientasi arti, serta peran sosial yang berkaitan dengan istilah tersebut dalam praktik *fashion* digital. Berikut ini adalah penjelasan mengenai alasan pengelompokan jargon ke dalam setiap kategori tersebut:

a. Aktivitas

Kategori aktivitas ini mencerminkan aktivitas yang terjadi secara nyata dalam dunia *fashion* digital, baik dalam membuat konten maupun dalam interaksi sehari-hari. Istilah seperti seperti *OOTD (Outfit of The Day)*, *Fit check*, *Mix and match*, *Layering*, *Thrift/Thrifting*, *DIY (Do It Yourself)*, *Hype*, *Fashionista*, *Unboxing*, dan *Haul* menggambarkan tindakan tertentu yang menunjukkan partisipasi individu dalam budaya *fashion*, khususnya di platform media sosial. Kelompok ini digunakan karena kata-kata tersebut menggambarkan praktik, kebiasaan, dan rutinitas yang menjadi elemen dari kegiatan komunitas *fashion* digital.

Di bawah ini beberapa contoh analisis jargon kategori aktivitas :

Data 1 (OOTD & Fit Check)

Stylist:

"Ayo kita bikin konten *OOTD* pagi ini."

Model:

"Mau sekalian *fit check* biar *detail outfit* kelihatan jelas?"

Stylist:

"Iya, biar *audiens* tahu keseluruhan *style* dari atas sampai bawah."

Dialog ini mengandung dua jargon yaitu *OOTD* dan *fit check*. *OOTD (Outfit of The Day)* merujuk pada kebiasaan mengunggah atau menampilkan busana yang dikenakan pada hari tertentu, sedangkan *fit check* digunakan untuk memamerkan atau mengecek keseluruhan penampilan *outfit*. Keduanya sering dipakai dalam media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai bagian dari budaya visual berbagi gaya berpakaian. Menurut (Lutfiah & Sudarwati, 2021), jargon di media digital berfungsi membangun interaksi kreatif dan identitas kelompok pengguna, sehingga penggunaan *OOTD* dan *fit check* tidak hanya bersifat informatif tetapi juga simbolis sebagai gaya hidup *fashion* digital.

Data 2 (Mix and Match & Layering)

Stylist:

"Coba kamu *mix and match blazer* ini dengan rok *denim*."

Model:

"Kalau ditambah *layering* pakai *hoodie* di dalamnya gimana?"

Stylist:

"Bagus, bisa bikin tampilan lebih dinamis dan unik."

Dialog ini menggunakan jargon *mix and match* dan *layering*. *Mix and match* berarti mengombinasikan berbagai *item fashion* agar terlihat menarik, sementara *layering* adalah teknik mengenakan beberapa lapisan pakaian sekaligus untuk menghasilkan kesan tertentu. Kedua istilah ini mencerminkan strategi *styling* yang banyak dipraktikkan di industri *mode digital*. Menurut (Fauziyah, 2020), pembentukan istilah dalam *fashion* sering menandakan kreativitas sekaligus identitas sosial, sehingga *mix and match* dan *layering* menjadi istilah yang lekat dengan praktik berpakaian *modern* dan ekspresi *visual*.

Data 3 (Thrifting & DIY)

Influencer:

"Aku nemu jaket *vintage* pas

thrifting kemarin."

Teman:

"Seru banget! Kalau kamu DIY sedikit di bagian kancing, pasti makin kece."

Influencer:

"Betul, bisa jadi *statement* personal juga."

Jargon yang muncul adalah *thrifting* dan DIY. *Thrifting* merujuk pada kegiatan membeli pakaian bekas dengan harga murah, sedangkan DIY (*Do It Yourself*) berarti membuat atau memodifikasi pakaian/aksesori sendiri. Kedua istilah ini tidak hanya berhubungan dengan *mode*, tetapi juga membawa nilai keberlanjutan (*sustainability*) dan keunikan. Seperti dijelaskan oleh (Nurwahid & Ashar, 2023), jargon dalam *mode* dapat menjadi sarana edukatif untuk mempromosikan konsumsi etis, sehingga *thrifting* dan DIY mencerminkan tren *fashion* ramah lingkungan dan personalisasi gaya.

Data 4 (*Hype & Fashionista*)

Teman 1:

"Lihat *sneakers* edisi terbaru itu, lagi *hype* banget di TikTok."

Teman 2:

"Pantes aja dipakai semua *fashionista* di acara kemarin."

Teman 1:

"Iya, jadi kayak *must-have item* sekarang."

Dialog ini berisi jargon *hype* dan *fashionista*. *Hype* berarti antusiasme tinggi terhadap suatu *item* atau *brand fashion*, biasanya dipicu oleh tren media sosial. *Fashionista* adalah sebutan bagi seseorang yang sangat mengikuti perkembangan tren *fashion*. Keduanya menggambarkan fenomena sosial di mana bahasa tidak hanya sekadar penamaan benda, tetapi juga menandai status sosial. (Haris, 2024) menegaskan bahwa jargon dapat menjadi strategi persuasi, sehingga *hype* dan *fashionista* berfungsi memperkuat daya tarik produk *fashion* sekaligus mengidentifikasi

penggunanya sebagai bagian dari komunitas tren.

Data 5 (*Unboxing & Haul*)

Content Creator:

"Hari ini aku bikin *unboxing* paket *dress* dari *brand* lokal."

Follower:

"Seru! Nanti sekalian bikin *haul* biar kita tahu semua barang yang kamu beli."

Content Creator:

"Siap, biar bisa sekalian *review detail* produknya."

Dialog ini melibatkan jargon *unboxing* dan *haul*. *Unboxing* berarti membuka paket produk *fashion* sambil direkam atau ditunjukkan kepada *audiens*, sedangkan *haul* mengacu pada konten yang memperlihatkan sekaligus membahas hasil belanja *fashion*. Keduanya adalah praktik populer di media digital karena menarik perhatian *audiens* serta memengaruhi keputusan konsumsi. (Sumertha et al., 2021) menjelaskan bahwa jargon mempercepat komunikasi di bidang profesional, dan dalam konteks *fashion*, *unboxing* serta *haul* menjadi bagian dari strategi pemasaran digital yang efektif.

b. Gaya

Kategori gaya merujuk pada pilihan *visual*, ekspresi individu, serta keindahan yang mencerminkan karakter dan identitas si pemakai. Gaya seperti *Minimalist look*, *Clean girl aesthetic*, *Streetwear*, *Grunge*, *Edgy*, *Glamboy*, *Y2K*, *High fashion (HF)*, *Athleisure*, *Vintage* menunjukkan bagaimana seseorang memilih untuk mengekspresikan diri melalui pakaian dan aksesori dalam konteks budaya tertentu. Kategori ini menekankan penampilan secara keseluruhan dan makna simbolis dari cara berpakaian yang dapat merefleksikan status sosial, jenis kelamin, atau subkultur tertentu. Oleh karena itu, istilah dalam kategori ini digolongkan sebagai gaya karena fungsi utamanya adalah mewakili karakter *visual* dan identitas seseorang. Di bawah ini

contoh analisis jargon kategori gaya :

Data 1 (*Minimalist look & Monochrome look*)

Stylist:

"Coba tampil dengan *minimalist look*, biar kesannya simpel."

Model:

"Bisa dikombinasi sama *monochrome look* supaya tetap elegan, kan?"

Stylist:

"Tepat, itu bikin *outfit* kelihatan rapi dan serasi."

Dialog ini mengandung jargon *minimalist look* dan *monochrome look*. *Minimalist look* merujuk pada gaya berpakaian sederhana tanpa banyak aksesoris, sedangkan *monochrome look* berarti *outfit* dengan dominasi satu warna. Menurut (Rahayu et al., 2022), jargon *fashion* tidak hanya menggambarkan gaya, tetapi juga memperlihatkan identitas sosial dan estetika tertentu. Kedua istilah ini menegaskan preferensi gaya yang bersih, fungsional, dan *modern*.

Data 2 (*clean aesthetic & Streetwear*)

Fashion Blogger:

"*Clean girl aesthetic* lagi viral banget di Instagram sekarang."

Teman:

"Iya, tapi aku lebih suka *streetwear* karena lebih santai dan urban."

Fashion Blogger:

"Dua-duanya bisa dipadukan, tergantung *vibe* yang mau ditampilkan."

Jargon yang digunakan adalah *clean girl aesthetic* dan *streetwear*. *Clean girl aesthetic* menggambarkan gaya *natural*, segar, dan *effortless*, sedangkan *streetwear* adalah gaya kasual yang dipengaruhi budaya jalanan urban. (Yanti, 2022) menjelaskan bahwa jargon dalam *fashion* menandai modal budaya kelompok tertentu, sehingga pemakaian kedua istilah

ini menunjukkan preferensi gaya yang berbeda namun sama-sama merepresentasikan identitas digital.

Data 3 (*Grunge & Edgy*)

Stylist:

"Aku rasa *look* ini harus lebih *edgy* supaya *standout*."

Model:

"Kalau ditambah nuansa *grunge*, jadi lebih berkarakter kan?"

Stylist:

"Betul, kesannya rebel tapi tetap *stylish*."

Dua jargon dalam dialog ini adalah *grunge* dan *edgy*. *Grunge* berasal dari subkultur musik dan *fashion* 90-an dengan tampilan lusuh dan anti-*glamour*, sedangkan *edgy* berarti gaya tegas, berani, dan sedikit ekstrem. Menurut (Kurniawan et al., 2021), jargon dapat menjadi simbol resistensi terhadap arus utama, sehingga *grunge* dan *edgy* mencerminkan identitas yang berbeda dari tren umum.

Data 4 (*Glamboy & Y2k*)

Teman 1:

"*Outfit* kamu hari ini *glamboy* banget, berani dan penuh percaya diri."

Teman 2:

"Hahaha, aku terinspirasi dari tren Y2K, nostalgia awal 2000-an."

Teman 1:

"Pantes tampilannya *eye-catching* banget."

Dialog ini menampilkan jargon *glamboy* dan Y2K. *Glamboy* adalah gaya yang mencolok, *fashionable*, dan penuh kepercayaan diri, sedangkan Y2K merujuk pada tren *fashion* dari era awal tahun 2000-an. Menurut (Pandita et al., 2021), jargon berfungsi menjaga tradisi sekaligus beradaptasi dengan tren, sehingga kedua istilah ini memperlihatkan perpaduan antara gaya lama dan ekspresi modern.

Data 5 (*High fashion & Athleisure*)

Stylist:

"Gaun ini masuk kategori *high fashion*, cocok untuk *red carpet*."

Model:

"Kalau *athleisure* lebih ke *outfit sporty* tapi tetap *chic* ya?"

Stylist:

"Iya, keduanya mewakili dua dunia berbeda tapi sama-sama *stylish*."

Jargon yang muncul adalah *high fashion* dan *athleisure*. *High fashion* merujuk pada karya desainer ternama yang eksklusif, sementara *athleisure* adalah gabungan antara gaya olahraga dan kasual. Seperti dijelaskan oleh (Haris, 2024), jargon dapat mengubah persepsi nilai suatu produk, sehingga *high fashion* menandai kemewahan sedangkan *athleisure* menunjukkan fleksibilitas gaya hidup modern.

Data 6 (*Vintage*)

Pelanggan:

"Aku suka dress ini, nuansanya *vintage* banget."

Penjual:

"Betul, potongannya klasik tapi tetap relevan dipakai sekarang."

Pelanggan:

"Cocok buat yang suka gaya retro dan *timeless*."

Jargon dalam dialog ini adalah *vintage*. *Vintage* menggambarkan gaya klasik dari era lampau yang tetap dipakai di masa kini. Menurut (Fauziyah, 2020), istilah dalam *fashion* sering membawa makna simbolis tentang status dan identitas, sehingga *vintage* menegaskan preferensi gaya yang bernilai sejarah, eksklusif, sekaligus unik.

c. Model / Potongan

Kategori model/potongan ini meliputi istilah yang mendeskripsikan bentuk fisik pakaian berdasarkan potongan atau struktur desainnya. Istilah seperti *cropped*

atau *oversized* merujuk pada ukuran dan siluet busana yang berdampak pada penampilan total. Kategori ini sangat penting karena memberikan informasi teknis tentang desain busana, serta membantu dalam proses styling dan penyusunan outfit yang sesuai dengan bentuk tubuh atau tren tertentu. Di bawah ini analisis jargon kategori model / potongan:

Data 1 (*Cropped & Oversize*)

Stylist:

"Coba pakai atasan *cropped* biar siluet tubuhmu lebih terlihat."

Model:

"Kalau digabung sama celana *oversized*, jadinya *balance* ya?"

Stylist:

"Betul, kombinasi *cropped* dan *oversized* bisa bikin *look* lebih proporsional dan *trendy*."

Dialog ini memuat jargon *cropped* dan *oversized*. *Cropped* adalah istilah untuk pakaian dengan potongan pendek, biasanya atasan yang menekankan bagian pinggang. *Oversized* adalah istilah untuk pakaian dengan ukuran lebih besar dari tubuh, memberikan kesan santai dan kasual. Menurut (Sahroni et al., 2019), jargon dalam *fashion* berfungsi sebagai tanda identitas sekaligus alat komunikasi teknis di antara desainer, *stylist*, dan konsumen. Penggunaan istilah *cropped* dan *oversized* memudahkan komunikasi *visual* dalam menentukan proporsi gaya serta menciptakan tren yang mudah dikenali di media digital.

d. Koleksi

Kategori koleksi ini merujuk pada metode pengelompokan, penataan, atau ide kolektif berkaitan dengan kepemilikan dan pemakaian pakaian. Istilah seperti *capsule wardrobe*, *preloved*, *statement piece*, dan *sneakerhead* menunjukkan cara sebuah *item fashion* ditempatkan dalam konteks koleksi yang praktis, berkelanjutan, atau memiliki makna simbolis. Klasifikasi ini digunakan untuk membedakan istilah yang berkaitan

dengan pola belanja, pandangan berpakaian, dan penyusunan koleksi yang mencerminkan nilai-nilai tertentu dalam dunia *fashion*.

Data 1 (*Capsule Wardrobe & Preloved*)

Fashion Enthusiast:

"Aku lagi bangun *capsule wardrobe* biar lebih praktis dan minimalis."

Teman:

"Wah keren, aku juga sering beli item *preloved* buat isi koleksi. Lebih hemat dan ramah lingkungan."

Fashion Enthusiast:

"Iya, jadi tetap *stylish* tanpa harus belanja berlebihan."

Dialog ini mengandung jargon *capsule wardrobe* dan *preloved*. *Capsule wardrobe* berarti koleksi pakaian minimal dan fungsional yang bisa dipadupadankan dengan mudah. *Preloved* adalah barang *fashion* bekas yang masih layak pakai. Menurut (Nurwahid & Ashar, 2023), jargon dalam *fashion* dapat berfungsi edukatif dalam mempromosikan konsumsi yang sadar, sehingga kedua istilah memperlihatkan nilai keberlanjutan dan kesadaran konsumen dalam memilih *fashion*.

Data 2 (*Sneakerhead & Statement Piece*)

Teman 1:

"Kamu beneran *sneakerhead* ya, koleksi *sneakers*-mu banyak banget."

Teman 2:

"Hehe, iya. Tapi aku tetap selalu punya *statement piece* di tiap *outfit* biar kelihatan *standout*."

Teman 1:

"Itu yang bikin gaya kamu selalu menarik perhatian."

Jargon dalam dialog ini adalah *sneakerhead* dan *statement piece*. *Sneakerhead* adalah sebutan untuk kolektor dan penggemar *sneakers*, sedangkan *statement piece* berarti *item fashion* mencolok yang menjadi pusat perhatian dalam *outfit*. Menurut (Haris, 2024), jargon dapat membentuk persepsi

nilai dan status dalam komunitas, sehingga *sneakerhead* menandakan identitas penggemar *sneakers*, sementara *statement piece* menunjukkan strategi visual untuk menarik perhatian dalam *fashion*.

Berdasarkan analisis pengelompokan 27 istilah khusus dalam komunitas *fashion* digital, terlihat bahwa bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menggambarkan identitas sosial, mencerminkan nilai-nilai estetika budaya, dan menjadi strategi ekspresi yang unik di zaman digital. Istilah-istilah ini dikelompokkan ke dalam empat kategori utama yang masing-masing menunjukkan fungsi dan peran sosial yang berbeda. Penjelasan di bawah ini akan membahas klasifikasi serta arti dari setiap kategori tersebut.

- Kategori aktivitas, mencakup 11 istilah yang merangkum tindakan atau kebiasaan yang umum dalam dunia *fashion* digital, seperti *OOTD (Outfit of The Day)*, *Fit check*, *Mix and match*, *Layering*, *Thrift/Thrifting*, *DIY (Do It Yourself)*, *Hype*, *Fashionista*, *Unboxing*, dan *Haul*. Bahasa ini menggabungkan dokumentasi pribadi dengan tren sosial yang ada, menunjukkan bagaimana *fashion* dijalani sebagai kegiatan sehari-hari dalam kehidupan digital.
- Kategori gaya merupakan sebuah pengelompokan yang mencakup 10 istilah jargon, seperti *Minimalist look*, *Clean girl aesthetic*, *Streetwear*, *Grunge*, *Edgy*, *Glamboy*, *Y2K*, *High fashion (HF)*, *Athleisure*, *Vintage*. Gaya *visual* seperti ini sangat ampuh dalam mengekspresikan identitas individu dan menjadi pendekatan estetika yang mudah dikenali serta diterapkan di *platform* media sosial.
- Kategori model/potongan terdiri dari istilah yang mendeskripsikan bentuk dan struktur pakaian, seperti *cropped*

dan *oversized*. Meskipun hanya mencakup dua istilah, kategori ini penting karena berhubungan langsung dengan desain dan cara berpakaian yang mempengaruhi siluet tubuh pemakai. Jargon seperti ini berperan dalam membentuk pemahaman visual terhadap jenis pakaian, serta memudahkan komunikasi antara pelaku *mode*, pembeli, dan pembuat konten.

- d. Kategori koleksi mencakup istilah yang merujuk pada cara kepemilikan dan pengelompokan pakaian, contohnya adalah *capsule wardrobe*, *preloved*, *statement piece*, dan *sneakerhead*. Istilah ini menunjukkan nilai praktis, keberlanjutan, dan kesadaran konsumen saat memilih barang *fashion*. Kategori ini menekankan bahwa di samping aspek visual, istilah dalam dunia *fashion* juga membawa nilai fungsi dan ideologi, terutama yang berkaitan dengan konsumsi yang sadar dan identitas bersama.

Dengan demikian, klasifikasi istilah-istilah jargon dalam komunitas *fashion* digital ke dalam kategori gaya, aktivitas/praktik, model/potongan, dan jenis/koleksi memberikan gambaran yang lebih terstruktur mengenai bagaimana bahasa digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium ekspresi *visual*, konstruksi identitas, dan penyampaian nilai budaya. Setiap kategori mencerminkan peran sosial dan fungsi simbolik yang berbeda, namun saling melengkapi dalam membentuk dinamika interaksi

komunitas. Pemahaman terhadap klasifikasi ini menjadi penting dalam mengkaji fenomena kebahasaan yang berkembang di ruang digital, khususnya dalam konteks budaya visual yang terus berubah seiring dengan tren dan teknologi.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa jargon dalam komunitas *fashion* digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas sosial dan budaya. Istilah seperti *OOTD*, *clean girl aesthetic*, *thrifting*, dan *capsule wardrobe* menjadi bentuk ekspresi diri sekaligus mencerminkan nilai-nilai etis seperti keberlanjutan dan kesadaran konsumtif. Dari sisi sosiolinguistik, fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa berperan penting dalam membangun solidaritas, membedakan kelompok sosial, dan memperkaya kajian sosiolinguistik digital tentang hubungan antara bahasa, identitas, dan budaya *visual* di media sosial.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberi pemahaman baru bagi pelaku industri kreatif dan pendidik mengenai bagaimana istilah dan bahasa *visual* dapat dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi dan pembentukan citra di ruang digital. Jargon dalam *fashion* terbukti mampu memperkuat nilai komunitas dan meningkatkan daya tarik kultural. Ke depan, penelitian serupa dapat dikembangkan ke konteks komunikasi antarbudaya dan multimodalitas digital untuk menelusuri bagaimana teks dan *visual* bekerja bersama dalam membentuk identitas di *platform* daring seperti Discord atau YouTube.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariestya, A., Paramitha, G., & Elmada, M. A. G. (2022). Climate change awareness of gen z: the influence of frame and jargon on online news. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(3), 753–770. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i3.5287>
- Fauzi, A., & Bayu, S. (2022). Klitika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra

- Indonesia Bahasa Jargon Waria di Kawasan Kronjo Tangerang dalam Kajian Sosiolinguistik. *Klitika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2), 2714–9862. <http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/klitika10.32585/klitika.v2i2.3283>
- Fauziyah, S. (2020). Compounding Pada Jargon Sneakers Berbahasa Inggris Dalam Komunitas Sneakerhead Ist (Indonesia Sneakers Team) Bandung. *Sosiohumaniora*, 22(1), 105–113. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v22i1.22768>
- Haris, A. (2024). A Smart Money: How Jargons Work as Persuasion Technique in Cryptocurrency Ecosystem. *LINGUA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 21(1), 15–30.
- Komang, M. F., & Gede Mahendrayana. (2023). Jargon Used by Jegog Musician in Jembrana's Local Tradition. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris Undiksha*, 10(3), 315–321. <https://doi.org/10.23887/jpbi.v10i3.56032>
- Kurniawan, M. A., Ramendra, D. P., & Juniarta, A. K. (2021). Jargon Used in Traditional Cockfighting Ceremony at Cempaga Village. *Jurnal Pendidikan Multikultural Indonesia*, 4(1), 30–39. <https://doi.org/10.23887/jpmu.v4i1.36246>
- Lutfiah, V., & Sudarwati, E. (2021). “Jargon Used on Tiktok Check...”: Language Variation Revisited. *Jurnal Kata*, 5(2), 359–371. <https://doi.org/10.22216/kata.v5i2.457>
- Muslim, F. (2019). Variasi Bahasa Jargon Dakwah Komunitas Mahasiswa Ukmi (Unit Kegiatan Mahasiswa Islam) Nurul Ilmi. *Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2), 62–69. <https://doi.org/10.22236/imajeri.v1i2.5068>
- Nurwahid, M., & Ashar, S. (2023). Media Pembelajaran Panganmewah dan Jargon untuk Meningkatkan Pemahaman Konsep dan Motivasi Belajar Siswa pada Materi Perbandingan Trigonometri. *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(2), 221–234. <https://doi.org/10.31980/plusminus.v3i2.2935>
- Pandita, S. P. A., Ramendra, D. P., & Mahendrayana, G. (2021). Jargon Used by Balinese Traditional Weaving Community. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 165–175. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.32606>
- Rahayu, I. K., Rejo, U., & Kharisma, G. I. (2022). Different Jargon Language Variations: Bonek Mania Ball Supporter and The Jak Mania. *Jurnal Sastra Indonesia*, 11(1), 35–47. <https://doi.org/10.15294/jsi.v13i1.3094>
- Sahroni, A., Freddy Prisanto, G., Febrina Ernungtyas, N., & Lintangdesi Afriani, A. (2019). “Politik Tanpa Mahar”: Semiotika Jargon Komuniaksi Partai Nasional Demokrat di Era Demokrasi Biaya Tinggi. *Jurnal Semiotika*, 13(2), 146–152. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Seli, S. (2019). Word Formations of Jargon Used in the Us Military in the Expendables 3 Movie. *JELLT (Journal of English Language and Language Teaching)*, 3(1), 21. <https://doi.org/10.36597/jellt.v3i1.4480>
- Sumertha, P. A., Suputra, P. E. D., & Suprianti, G. A. . (2021). an Analysis of the Jargon Expressions in the Cruise Line. *Prasi*, 16(02), 67. <https://doi.org/10.23887/prasi.v16i02.30549>
- Wahab Syakhirul Alim, Kurrotun A`yuniyah, F. et al. (2022). JARGON ON PANDEMIC ERA FOUND IN WEBSITES. *CALL*, 33(1), 1–12.
- Yanti, P. I. (2022). Jargon “Mama Urban” Dalam Chanel Telegram “Cerita Vbac (Vaginal Birth After Caesarian)” Periode April-Mei 2021. *Prasi*, 17(1), 22–37. <https://doi.org/10.23887/prasi.v17i1.41140>
-