

## Makna Pesan Fashion sebagai Komunikasi Non Verbal Pada Film “Mrs. Harris Goes To Paris”

Nabila Muthia Khansa\*, Ani Yuningsih

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*muthiakhansan@gmail.com, yuningsihani@yahoo.com

**Abstract.** Movies as part of mass communication media can influence its audience widely through a story idea and characters. Fashion as a non-verbal communication is seen as everyone's tool to reflect who the wearer is, but in today's reality, the concept of fashion as a non-verbal communication has begun to shift and is misused as if everyone has the right to judge someone through clothing. Mrs. Harris Goes to Paris is a film that examines fashion and discrimination of significant social class differences in the 1950s. Therefore, researchers want to reveal and interpret what meanings are contained in the movie Mrs. Harris Goes to Paris. This research uses a qualitative method, with Gadamer's Hermeneutics approach, which is processed through Gadamer's four main aspects (1) Historical Aspect, (2) Prejudice Aspect, (3) Hermeneutic Circle Aspect, (4) Application Aspect. The results of this study interpret the meaning of fashion in the film as identity, social class, culture, discrimination and the phenomenon of consumerism which is also a criticism in the film that targets Mrs. Harris' character who seems to emphasize the importance of luxury goods for an ideal happiness.

**Keywords:** *Fashion, Non Verbal Communication, Hermeneutics.*

**Abstrak.** Film sebagai media massa dapat mempengaruhi khalayaknya secara luas melalui sebuah ide cerita dan karakter. Fashion sebagai komunikasi non verbal dipandang sebagai alat setiap orang untuk mencerminkan siapa diri pemakainya, namun realitas saat ini, konsep tersebut mulai beralih geser dan disalah gunakan, seolah setiap orang berhak menghakimi yang lainnya melalui pakaian. Film Mrs Harris Goes to Paris merupakan film yang mengkaji mengenai fashion dan diskriminasi perbedaan kelas sosial yang signifikan di tahun 1950. Maka dari itu, peneliti ingin mengungkap dan menginterpretasikan makna apa saja yang terdapat di film Mrs. Harris Goes to Paris. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan Hermeneutika Gadamer, yang diproses melalui empat aspek pokok Gadamer (1) Aspek Historis, (2) Aspek Prasangka, (3) Aspek Lingkaran Hermeneutika, (4) Aspek Penerapan. Hasil dari penelitian ini menginterpretasikan makna fashion di film sebagai identitas, kelas sosial, budaya, diskriminasi dan fenomena konsumerisme yang sekaligus menjadi kritik dalam film yang membidik karakter Mrs. Harris yang seolah menekankan pentingnya barang mewah untuk sebuah kebahagiaan yang ideal.

**Kata Kunci:** *Fashion, Komunikasi Non Verbal, Hermeneutika.*

## A. Pendahuluan

Sebagai bagian dari media massa yang menyampaikan informasi dan menampilkan peristiwa-peristiwa, media massa berperan sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada pelaku yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak melalui media seperti surat kabar, radio, televisi, dan film (Cangara, 2010:123). Sehingga dapat diartikan bahwasanya proses penyampaian pesan media massa memiliki keragaman media. Menurut Mulyana, pesan yang terdapat pada media massa sifatnya serentak (Cangara, 2007:7) sehingga penyampaian pesan yang serentak tersebut dalam komunikasi massa kepada pelaku jumlahnya secara besar dan luas.

Karya perfilman berlatar cerita yang berbeda saat ini sudah beragam adanya. bersamaan dengan pesan yang dirangkai antara komunikator dan komunikan dengan penyampaian yang berbeda-beda. Jenis film yang saat ini masih menemani industri perfilman adalah film berlatar fashion atau industri mode sebagai basis dasar cerita. Fashion dalam film banyak menggunakan fashion sebagai ekspresi artistik atau ekspresi spektakuler untuk menarik dan meningkatkan kualitas kreatif sebuah film (S. Kim & Ha, 2015:7). Dikutip melalui kacamata Oey Hong Lee (dalam Sobur, 2004: 126) menyatakan bahwa film menjadi bagian dari media komunikasi massa yang memiliki jangkauan unlimited, dan di dalamnya digunakan sebagai tempat untuk ekspresi bebas dalam proses pembelajaran massa. Kekuatannya mampu meraup banyak segmen sosial,

Film *Mrs. Harris Goes to Paris* diproduksi oleh Moonriver content dan Superbe Films yang diadaptasi dari novel best seller karya Paul Gallico yang diterbitkan pada tahun 1958. Dirilis di berbagai bioskop yang berdurasi 115 menit, di antaranya di Inggris pada 30 September 2022 lalu menyusul di Prancis pada 2 November 2022. Mengambil latar kota London di tahun 1950, dimana hidup seorang wanita tua bernama Mrs. Harris, ia bermimpi untuk memiliki gaun indah yang mewah karya Christian Dior. Berbagai peristiwa dan keberuntungan pada akhirnya berhasil membawa Ada terbang ke Paris, tapi penampilan yang tidak terkesan mewah membuatnya di pandang rendah bahkan diusir dari *The House of Dior*.

Salah satu pokok utama dalam film yang menjadi pertimbangan peneliti mengangkat permasalahan dari film ini yaitu status pakaian sebagai kecantikan dalam mengkomunikasikan diri si pemakai, yang sesuai menurut pandangan Cristiany, Fashion mengacu pada aktivitas yang memiliki efek bukan hanya sekadar benda melainkan sebagai alat komunikasi non-verbal yang dapat mengidentifikasi pengguna (Christiany, 2015:). Tindakan dari karakter-karakter yang ditunjukkan pada film ini dalam memandang seorang individu melalui penampilan atau apa yang dipakainya, menjadikan alasan peneliti berfokus pada makna pesan fashion di ranahnya sebagai komunikasi non verbal.

Pada kenyataannya saat ini, penampilan dinilai sebagai identitas dari pemakainya, apa yang dipakainya tidak lepas dari pandang setiap orang untuk menginterpretasikan status apa yang dimilikinya, sehingga saat ini setiap orang kerap mengkomunikasikan keunikannya lewat fashion yang terlampir pada dirinya. Teori-teori tentang nilai ini mengapa fashion juga disebut sebagai alat komunikasi non-verbal yang secara tidak langsung menunjukkan identitas seseorang. Padahal, orang lain tidak selalu benar-benar melihat apa yang dipakai seseorang atas kebenarannya (Adhityo, 2012:45).

Sebuah fenomena yang terkait pernah terjadi di bidang penjualan dimana peneliti mengambil kasus melalui akun media sosial Twiter dialami user account berinsial S pada 2023, saat tujuannya bertanya pada salah satu karyawan di salah satu toko elektronik di kota Bandung, ia hanya memakai sandal dan pakaian sederhana karena baru selesai berolahraga bersama keluarganya, namun alih-alih mendapatkan jawaban, S malah mendapati karyawan tersebut mengacuhkannya dan malah melewatinya untuk melayani customer lain. Berangkat dari kasus tersebut, konsep pakaian mulai dipandang sebagai tolak ukur status seseorang dan menjadi identitas dalam konteks status sosial.

Isu status pakaian sebagai komunikasi status sosial memang pernah terjadi dalam sejarahnya, namun hal tersebut tidak menjadikan hal yang benar digunakan memasuki era saat ini. Pakaian seharusnya berfungsi sebagai cara setiap orang menjadi menarik dan dikagumi, tidak menjadikan hal tersebut sebagai status pemakainya, fenomena kenyataan pada kasus yang dijelaskan diatas dan film *Mrs. Harris Goes to Paris* berkorelasi, dimana keduanya sama-sama

menunjukkan perubahan konsep fashion sebagai komunikasi non verbal mulai beralih ke arah merugi.

Sehingga penelitian ini fokus pada **Bagaimana Makna Pesan Fashion Sebagai Alat Komunikasi Non Verbal Pada Film Mrs. Harris Goes to Paris melalui teori hermeneutika Gadamer?**

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan hermeneutika Gadamer. Objek penelitiannya adalah *fashion* sebagai komunikasi non verbal dan subjek yaitu Film Mrs. Harris Goes to Paris. Dengan tujuan :

1. Untuk menganalisis *fashion* digunakan sebagai alat komunikasi non verbal dalam film Mrs. Harris Goes to Paris melalui aspek historis.
2. Untuk menganalisis *fashion* digunakan sebagai alat komunikasi non-verbal dalam film dalam film Mrs Harris goes to Paris melalui aspek prasangka.
3. Untuk menganalisis *fashion* digunakan sebagai alat komunikasi non-verbal dalam film Mrs Harris goes to Paris melalui aspek lingkaran hermeneutika.
4. Untuk menganalisis *fashion* digunakan sebagai alat komunikasi non-verbal dalam film Mrs Harris goes to Paris melalui aspek penerapan.

Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan hermeneutika. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi non-partisipatoris, dokumentasi, studi Pustaka dan *internet research*. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi teknik.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut merupakan hasil pembahasan dan diskusi mengenai makna fashion di film “Mrs. Harris Goes to Paris” berdasarkan 4 aspek menurut Gadamer yaitu :

### 1. Analisis “Fashion” Dalam film “Mrs. Harris Goes to Paris” Aspek Historis

Fenomena yang terjadi saat ini, fashion berperan dalam interaksi masyarakat dengan masyarakat lain, yang salah satunya dengan memperlihatkan sekat pengelompokan suatu kelas seseorang. Seperti pernyataan ini yang didukung oleh Eka, pakaian memperlihatkan pada kelas atau status sosial seseorang berada, dan mengatur perilaku serta cara pandang seseorang tentang hubungan sosialnya dengan sesama (Eka, 2022). Secara historisnya dengan merujuk pada pandangan Eka tersebut, peran fashion dalam menunjukkan status sosial, maupun kelas sosial memang sudah ada sejak zaman dulu, sebagai contoh, di Cina pada era kekaisaran, warna yang mencolok, corak yang beragam, dan bahan pakaian yang halus serta tebal membedakan masyarakat kelas tinggi dengan rendah yang biasanya hanya mengenakan baju satu warna tanpa corak dan berbahan tipis (Eka, 2022).

Hal ini menunjukkan di sepanjang jalan, fashion menempuh berbagai era dan revolusi yang berbeda, namun peranannya terhadap status sosial tidak pernah terkikis dan punah, di setiap era yang ditempuh tersebut, fashion menjadi medium pesan dari pribadi seseorang tanpa harus mengungkapkannya secara verbal, itulah yang membuat fashion terlihat unik, kemampuannya untuk berkomunikasi secara non verbal menghasilkan sebuah pesan yang memungkinkan masyarakat dapat dikelompokkan atas peran sosialnya dalam kehidupan.

Fashion memang bukan hanya sekedar artifisial. Tokoh Mrs. Harris di film membuktikan, dalam upaya meraih mimpi, seseorang memang haruslah mengalami sakit, perbedaan kelas sosial, diskriminasi, subjektivitas dan prejudis pada penampilan ialah bukti dari prosesnya dalam perjalanan akan impiannya. Fashion yang telah menempuhi sejarah yang panjang, melewati berbagai era dan zaman salah satunya sebagai kelas sosial sudah ada sejak zaman dulu, dan kelas sosial tidak pernah terkikis dan hilang, subjektivitas pada penampilan buktinya masih banyak dialami oleh masyarakat dalam peran-peran sosialnya saat ini, salah satunya pada fenomena yang dialami oleh Sarry dan keluarganya di penelitian ini.

Gaun Dior sebagai objek utama bukan sekedar artifisial tetapi sebagai representasi dari mimpi dan aspirasi dalam menemukan identitas, kepercayaan diri, transformasi dan nilai. Untuk

bisa diwakilkan melalui penampilan diri, bukan hanya tentang memiliki barang yang indah, bermerk dan eksklusif, tetapi juga tentang makna dalam mengkonsumsi fashion yaitu banyak hal yang lebih sekedar ekuitas merk.

## 2. Analisis “*Fashion*” dalam film “*Mrs. Harris Goes to Paris* Aspek Prasangka

Mode, sering kali dikaitkan dengan beberapa standar tertentu, yakni kecantikan dan penampilan, sehingga dalam hal ini, manusia seakan khawatir untuk mengekspresikan diri, lantaran, ketakutan akan judgement atau penilaian orang lain. Bagi tokoh seperti Mrs. Harris, beberapa karakter dalam film, mungkin memiliki prasangka terhadap kemampuan Mrs. Harris untuk mengekspresikan dirinya melalui mode, akan tetapi, faktanya saat ini malahan menggunakan barang ber-merk adalah ekspresi diri akan kemampuan menaikan kepercayaan diri seseorang, seperti yang didapati pada Jurnal Ilmiah karya Tohiruddin dkk, 2022 yang menampilkan hasil fakta, bahwa sebagian mahasiswa Universitas Negeri Surabaya merasa lebih percaya diri untuk membeli barang branded, karena gengsi dan ingin memiliki kesan menyerupai kelas atas.

Tampaknya berdasarkan pernyataan di atas, manusia hidup di dalam dunia yang penuh kepedulian satu sama lain, yang boleh jadi, kepedulian tersebut berupa kepedulian positif maupun negatif, atau bahkan prasangka sosial. Manusia menjalani peran sosialnya dengan berdiri di atas identitas masing-masing, dengan kelas sosial tertentu yang dikonstruksi oleh masyarakat dimana ia berada. Sebab, seseorang tidak memaknai dirinya sendiri berdasarkan kelas tertentu, melainkan masyarakat yang menilai seseorang tersebut, maka dari itu, istilah-istilah “panjat sosial atau pansos, sosialita, strata sosial” merupakan istilah konstruksi di masyarakat akan hasil penilaian suatu anggota masyarakat lain. Ketika menjalani perannya, manusia akan terdorong egonya untuk bisa terlihat menyerupai kelas-kelas sosial yang lebih tinggi. Keinginan manusia untuk menyerupai kelas-kelas atas lah yang mendorong keinginan dan kebutuhan yang nyata, untuk membeli barang-barang dengan harga yang di luar jangkauan finansialnya untuk memenuhi ego akan keinginan menyerupai kelas sosial yang lebih tinggi.

Disampaikan Roger dalam buku “*Barbie Culture*” (1999), mengenai posisi kelas atas di masyarakat, uang dapat membeli sebuah penampilan akan pakaian baru, atau kecantikan baru. Kekuasaan memungkinkan orang terus menerus mereposisi diri mereka dalam masyarakat dan pasar, yang menjadikan penampilan sebagai ukuran penting, dalam dunia yang membuka peluang sejumlah orang untuk melaju ke depan, sementara, yang lain tetap tertinggal di belakang (Rogers, 1999). Menyusul yang dikatakan Rogers, masyarakat kalangan kelas atas dipahami sebagai kelompok yang dalam konsep kelas sosial yang diperkenalkan oleh Karl Marx, terdapat dua jenis kelas dalam masyarakat, yakni kelas borjuis/kelas atas dan kelas proletar/kelas bawah. Kelas borjuis memiliki akses berbagai sumber-sumber produksi membuatnya dengan mudah menciptakan hal-hal baru.

Menambahkan gagasan tersebut, dalam karya ilmiah Riska Ayu (2022), Bourdieu yang berpendapat bahwa selera yang diakui dalam masyarakat adalah selera milik kelas yang berkuasa (*rulling class*), Merujuk pada pendapat Rogers dan Bourdie tersebut, jika dilihat makna prasangka sosial di dalam film, terlihat adanya struktur atau kondisi sosial yang memungkinkan kelas atas, terus naik ke jenjang yang lebih tinggi atas status sosialnya, sementara kelas bawah seperti Mrs. Harris, agak tertutup peluangnya untuk bisa naik kelas sosialnya. Karena fashion yang diakui milik kelas atas, memunculkan prasangka seolah aksesibilitas akan kreasi di bidang apapun termasuk seni, hanya boleh dimiliki oleh kelas atas, Misalnya pada fenomena selebritis yang lebih mudah diakui keren karena menggunakan tren-tren tertentu karena ia seorang selebritis, sementara jika kelas bawah yang melakukannya tidak terlalu memiliki berimpresi atau sinar di masyarakat. Padahal nyatanya bisa jadi, jika kelas bawah diberikan akses untuk lebih mengeksplor di bidang mode, bisa memberikan hasil yang lebih kreatif.

Memahami atas prasangka ini dibuktikan, prasangka kelas sosial berada di dalam film, terkaji dari penggambaran mengenai perbedaan antara kelas atas, dan kelas bawah. Stereotip akan penampilan yang dilakukan oleh kelas atas pada kelas bawah, memunculkan sikap diskriminasi kelas terhadap Mrs. Harris sebagai kelas bawah, yang tercermin dengan diperlakukan tidak hormat, karena dianggap tidak mampu menghargai mode. Selain itu, karena menurut Bourdie selera yang diakui masyarakat adalah selera kelas atas (*rulling class*), maka

manusia akan memiliki ego untuk terdorong membeli barang-barang kelas atas yang jauh dari kemampuan finansialnya, lantaran menggunakan barang ber-merk, dapat mengangkat kepercayaan diri dan kiblat dari penggambaran bahwa gaya hidup kelas atas lebih superior. Maka demikian, tren-tren fashion saat ini bahkan yang tengah digunakan merupakan adopsi dari fashion kelas atas diadopsi secara konsisten oleh kelas-kelas lainnya.

Beranjak pada prasangka, berupa rekonstruksi nilai *fashion* atas budaya di film ini yaitu antara Inggris dan Prancis dibuktikan, dari perbedaan budaya pakaian negara Paris yang lebih maju dan modis, sementara Inggris lebih sederhana, tradisional dan konservatif. Penggambaran mode di Paris lebih maju ini juga berkaitan dengan hasil investasi kerajaan yang mendorong perkembangan seni dan *fashion* di Prancis pada era raja Louis XIV, perbedaan budaya pakaian kedua negara ini terjadi karena faktor-faktor seperti sejarah, geografi, kepercayaan, dan kebudayaan asing.

Mrs. Harris sebagai salah satu representasi subjek yang pindah tempat tinggal dari Inggris ke Paris, menunjukkan bahwa proses perpindahan konteks budaya dan sosial. Perpindahan yang dilakukannya, otomatis akan melahirkan terjadinya rekonstruksi identitas diri, proses rekonstruksi diri yang boleh jadi dialami oleh individu-individu lain, pada saat berpindah tempat tinggal dari satu konteks budaya ke budaya lainnya. Pada kasus Mrs. Harris, proses rekonstruksi diri, dimulai dari gaya pakaian yang kurang modis dan sederhana seperti yang ditampilkan di awal film, kemudian bertransformasi menjadi gaya pakaian yang lebih modis, elegan dan klasik, yaitu dengan mengikuti gaya mode wanita Paris.

Makna gaya pakaian modis, elegan dan klasik menjadi rekonstruksi, nilai kurang modis dan sederhana ialah nilai konstruksi lama, karena di negara Inggris, mungkin pakaian Mrs. Harris dimaknai sudah modis, tetapi ketika Mrs. Harris pindah ke Paris gaya pakaiannya menjadi tidak modis. Artinya, rekonstruksi makna fashion juga ditentukan oleh nilai budaya. Merujuk pada teori konstruksi sosial dari Bergerr & Luckmann, bahwa konstruksi sosial, dimulai dengan proses internalisasi yaitu masuknya secara perlahan nilai-nilai budaya, antara lain melalui fashion.

Boleh jadi, dengan film dan penelitian ini adalah bagian dari literasi akan salah satu bentuk proses penyadaran pada masyarakat untuk menimbulkan interpretasi baru atas, struktur kelas sosial atau prasangka sosial.

### **3. Analisis “*Fashion*” dalam film “Mrs. Harris Goes to Paris” Aspek Lingkaran Hermeneutika**

Pada aspek lingkaran hermeneutika ini, diterapkan dengan memahami keterkaitan antara aspek fashion dalam cerita film dan cerminan di realitas sosial. Yang bisa dibuktikan dari pengalaman Mrs. Harris yang mengalami keterbatasan dan peluang atas kelas sosialnya untuk memiliki gaun Dior dengan nilai harga yang tinggi. Disini, keinginan Mrs. Harris untuk memiliki gaun Dior mencerminkan aspirasi sosial dan ekonomi yang lebih besar dalam masyarakat. Ini menyoroti, gagasan bahwa dalam budaya konsumerisme modern menurut Dominic Strinati (2010) bahwa kekuatan teknologi membentuk dan mengubah realitas masyarakat menjadi realitas populer, semakin tingginya teknologi yang semakin aktual, maka akan lahir suatu budaya konsumtif. Teknologi yang merambat dan menjamurnya pusat berpelanjaan, industri di bidang fashion, kecantikan, gossip” merupakan terpaan yang berasal dari televisi dan selebritis atau influencer (Strinati, 2010 dalam Octaviana, 2020).

Merujuk pada pandangan Dominic tersebut, ini menyoroti gagasan bahwa dalam budaya konsumerisme modern, fashion sering kali dianggap sebagai simbol status dan keberhasilan ekonomi yang menjadi aspirasi sosial di masyarakat karena melihat gaya hidup selebritis yang glamour, seperti yang ditambahkan oleh Horkeimer (2014), bahwa tren dari gaya hidup para selebritis merupakan suatu gaya hidup yang dapat memudahkan kemanusiaan, karena dengan gaya hidup para kelas atas yang cukup glamour tersebut dapat membuat massa terhinoptis untuk meniru gaya selebritis (Horkeimer, 2014 dalam Octaviana, 2020).

Keinginan memiliki suatu barang dalam budaya konsumerisme modern ini, bisa ditekan dan menguranginya melalui kontrol diri, yaitu aktifitas dimana seseorang mengatur perilakunya sedemikian rupa, untuk mengarahkan manusia tersebut ke arah yang lebih baik, upaya ini untuk menekan akan terpaan media yang aktual, di sisi lain juga membawa pemahaman tentang

konsekuensi negatif dari konsumerisme berlebihan, akan menerpa polusi lingkungan, atau kerusakan lainnya. Sehingga, kontrol diri menghindari manusia dari hal yang bertentangan dengan norma-norma sosial yang akan merugikan. Sebagaimana dalam karya ilmiah Khairunissa dengan mengutip Berk dan Gunasa, bahwa kontrol diri merupakan suatu rangsangan untuk mengendalikan suatu keinginan atau dorongan yang bertentangan dengan norma-norma sosial (Berk & Gunasa, dalam Khairunissa, 2020).

Selain itu, lingkaran hermeneutika yang dinamis juga tercermin pada dinamika kekuasaan di film berupa penolakan negatif atas keinginan Mrs. Harris untuk memiliki gaun Dior, yang menggambarkan prasangka sosial dan hierarki di masyarakat, ini menunjukkan stereotip dapat mempengaruhi persepsi terhadap fashion dan individu yang terlibat di dalamnya, seperti pada fenomena yang dialami Sarry dan keluarganya.

Dinamika kekuasaan dan kedudukan yang menggambarkan prasangka sosial di film atau secara realitas, akan pengelompokan kelas-kelas sosial yang juga didasari prasangka atau stereotip pada pakaian seseorang ini, sebenarnya bisa mengalami perubahan. Perubahan itu bisa terjadi dari munculnya terpaan-terpaan pesan yang mengkritisi dan mengedukasi melalui konten-konten di media sosial atau secara langsung, yang membuka ruang untuk kesadaran atau literasi baru, hal ini juga membuka suatu perspektif baru, bahwa teknologi yang semakin tinggi tadi, juga sebenarnya ada nilai positifnya, salah satunya mengedukasi masyarakat demi mendorong suatu kebijakan untuk mengatasi ketidakadilan kelas sosial.

#### **4. Analisis “Fashion” di Film Mrs. Harris Aspek Penerapan**

Perkembangan dan fungsi fashion, telah melewati dekade-dekade yang menggiringnya pada era modern, yang salah satunya dari faktor perkembangan globalisasi dan teknologi, konkritnya, yaitu lahirnya media sosial dan internet yang memiliki peran penting mendampingi fashion. Penerapan fashion secara sosial di masyarakat, juga membantu membuka lapangan pekerjaan, yaitu menghasilkan pekerjaan di ranah media sosial, seperti munculnya fenomena influencer, seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki pengikut banyak, jika dalam konteks influencer fashion, maka seseorang tersebut menciptakan ataupun menginformasikan hal-hal trendy terkait dengan fashion, pun dengan penampilan yang digunakan para influencer ini, adalah bentuk ekspresi dan identitas yang ditampilkan sebagai ciri khas pembeda satu sama lain.

Kemampuannya dalam menyampaikan pesan yang non verbal menyampaikan identitas salah satunya komunitas, konkritnya seperti seragam bagi profesi dan konstruksi dari sejarah mode dari negara dengan kiblat Paris berupa pakaian-pakaian yang digunakan sehari-hari. Subjektivitas pada penampilan memang tidak bisa dihilangkan karena hal tersebut naluriah berdasar pada impresi orang pertama kali secara spontan, akan tetapi hal ini bisa mendorong akan ketidakpercayaan dan gengsi pada suatu golongan, sehingga menumbuhkan sikap konsumerisme pada merk mahal, fenomena konsumerisme ini juga menjadi kritik peneliti di film ini, meski makna fashion seiring alur berubah sebagai makna aspirasi dan tekad akan berhasilnya meraih mimpi, namun hal ini membidik karakter Mrs. Harris yang seolah menekankan pentingnya barang mewah untuk sebuah kebahagiaan yang ideal.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Aspek historis, Fashion telah menempuhi sejarah yang panjang dan makna salah satunya sebagai identitas dan ekspresi kelas sosial sudah ada di setiap era yang berbeda, bahkan masih ada hingga saat ini. Perlakuan Mrs. Harris atas perbedaan kelas sosial, diskriminasi kelas, subjektivitas dan prejudis pada penampilan membuktikan perjuangan dalam perjalanan akan impiannya yang disimbolisasikan dari gaun Dior untuk menemukan identitas, kepercayaan diri, transformasi dan nilai. Film ini menyampaikan pesan arti mengonsumsi fashion.
2. Aspek prasangka, prasangka kelas sosial dibuktikan dari stereotip kelas atas pada penampilan Mrs. Harris (Kelas bawah), keterjangkauan merk branded mendorong ego masyarakat untuk membeli dan menyerupai kelas sosial di atasnya dan mendapat kepercayaan diri, karena adanya anggapan selera kelas atas yang diakui di masyarakat.

Maka demikian, tren-tren fashion saat ini ialah hasil adopsi dari fashion kelas atas. Sementara aspek budaya dibuktikan, dengan adanya rekonstruksi budaya akan perbedaan makna gaya pakaian Mrs. Harris di Paris dan Prancis.

3. Aspek lingkaran hermeneutika, golongan kelas di film yang dicirikan dengan simbol kemakmuran, sementara kelas bawah ialah perjuangan. Simbol masing-masing memaknai dari kelas atas yaitu kualitas tinggi dan prestise yang ditunjukkan dari merk ternama penting, dan kelas bawah berprinsip gunakan fungsionalitas dibanding estetika menghasilkan anggapan tidak berkelas. Keterbatasan akan kelas sosial di film ini mendorong perjuangan kelas pada karakter Mrs. Harris sekaligus yang disimbolisasikan melalui gaun Dior bernama Temptation.
4. Aspek penerapan, fashion yang melewati setiap era di masa modern ini melebur dengan gaya hidup dan melahirkan banyak bidang pekerjaan sekaligus revolusi dunia mode dahulu. Saat ini, fashion juga dikaitkan dengan identitas profesi atau pakaian sehari-hari dan terkait dengan subjektivitas mendorong lahirnya sikap konsumtif yang juga menjadi kritik atas fenomena konsumerisme di film ini.

### Acknowledge

Terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait yang telah membantu penelitian ini yaitu:

1. Ibu Dr. Hj. Ani Yuningsih, Dra., M.Si. selaku pembimbing penelitian yang membantu mengkritisi dan memberikan ilmunya selama membimbing
2. Nabila Khansa, Diri Peneliti
3. Bapak Nana Mulyana & Nani Suwarni selaku kedua orang tua peneliti
4. Seluruh teman & sahabat yang terus mendukung dengan semangat dan membuka ruang diskusi.

### Daftar Pustaka

- [1] Andrianto, A. (2020). *Komunikasi Non Verbal*. Jakarta : Pentas Grafika
- [2] Asmarani. (2021). *Analisis Hermeneutika Pesan Moral Pada Film Imperfect*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Islam Negeri: Palembang.
- [3] Adhityo, PAI. (2012). *Fashion Alat Komunikasi Non Verbal*. Dalam (Prasetyawati, H dan Sitinjak, VY. (2022). *Fashion Sebagai Media Komunikasi Non Verbal Identitas Diri*. 12(1), 17.
- [4] Bordwell & Thompson. (2009). *Film Art : An Introduction*. New York : McGraw-Hill
- [5] Barnard, Malcolm, 2006, *Fashion as Communication*, diterjemahkan oleh Idy Subandy Ibrahim, *Fashion sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosiasl, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta : Jalasutra.
- [6] Bekhard, J. (2019, 29 Desember). *Mengapa orang Prancis begitu anggun?*. Diakses pada 13 Februari 2024, dari <https://www.bbc.com/indonesia/vert-cul-50924878>
- [7] Eka, AR. (2021). *Fashion dan Kelas Sosial*. Skripsi. Tidak Diterbitkan.
- [8] Gadamer, GH. (1975). *Truth and Method*. New York : The Seabury Press Diterjemahkan oleh Ahmad Sahidah, *Keberanian dan Metode*. (2020). Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- [9] Hendraningrum dan Susilo. (2018). *Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi*. *Jurnal Komunikasi*, 6(2), 25.
- [10] Lattila, M. (2022, 3 Oktober). *Mrs Harris Goes To Paris interview: Anthony Fabian on his fashion period drama*. Diakses pada 17 Februari 2024, dari <https://filmstories.co.uk/features/mrs-harris-goes-to-paris-interview-anthony-fabian-on-his-fashion-period-drama/>
- [11] Liony, A.D. (2023, 28 Desember). *Christian Dior: Sejarah, Produk, dan Tren!*. Diakses pada 23 Februari 2024), dari <https://garut.urbanjabar.com/gaya-hidup/89611344387/christian-dior-sejarah-produk-dan-tren>
- [12] Andi Aldin Alafghani Sofyan and Dadan Mulyana, "Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Konsumen," *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital (JRJMD)*, vol. 4, no. 1, pp. 9–14, 2024.

- [13] Iska Nur Indira Dewi and Rini Rinawati, “Representasi Peran Perempuan pada Konteks Patriarki dalam Film ‘Yuni,’” *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital (JRJMD)*, vol. 4, no. 1, 2024.
- [14] D. P. Fatharani and D. W. Putri, “Pengaruh Fashion Influencer Thrift @rayiputra26 terhadap Gaya Busana Followers Instagram @rayiputra26,” *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, pp. 19–24, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrjmd.v3i1.1757.