

ABSTRACT

Fashion is a means of non-verbal communication that can be seen from the way we dress. Fashion that we wear reflects who we are . Fashion will always be side by side with humans regardless of age , and also gender. Fashion Scooter Club contained in Sampang is a form of communication messages to be conveyed by members of " SCS " to the community so that people know - simbol visual symbol of fashion and fashion sense also found in the community . To be clear , the authors wanted to describe that fashion Sampang Scooter Club is part of the communication message through fashion . So it was interesting to be used as research.

This study is located in the town of Sampang with the object that is the fashion community " SCS " . The method used is descriptive qualitative . By using this type of primary data sources and data collection techniques through observation and interviews . This study uses data analysis techniques Semiotics of Roland Barthes' theory to explain the meaning of denotation , connotation , and is also contained in the fashion myths member " SCS " . Using triangulation of data (source) as a resource of more than one person.

Based on the results in the field, fashion is there in the community "SCS" is divided into two trash Vespa lovers and lovers of classic Vespa. Classic Vespa lovers have visual symbols of fashion in the form of a black shirt, short pants and without a tear, flip flops, jackets levis, ceppak hair, watches, bracelets rasta, rasta beanie, plain caps, sneakers, rasta scarf, sunglasses, and helmet also bogo. Mitos of clean clothes they wear is as a manifestation of their rejection of negative people who always see children vespa. So the dress is believed to be clean formation of a positive image for the Vespa lovers.

While the trash Vespa lovers have a variety of visual symbol of fashion like black shirts, shorts torn, not washed levis jacket, flip flops, sneakers, dreads, goggles, and helmets dragonfly. Myth for the Vespa pencnta this trash is a simplicity, it is, and not excessive. Able rundown for Vespa lovers tangled believed as a form of self-confidence. By looking shabby, it means they have something different and unique to be seen or noticed. That's why all the fashion that they wear is always displayed with a slob or not clean. Because therein lies the simplicity and also something that distinguishes them from others.

Fashion in Sampang Scooter Club is a communication message to be conveyed to the public through his clothes. Such messages can affect the mindset members "SCS". So that they are able to create a fashion that once made identity or hallmark of themselves and the community as well.

Keywords : *Fashion " SCS " , message communication , semiotics of Roland Barthes , Identity Theory*

ABSTRAK

Fashion adalah alat komunikasi non-verbal yang dapat dilihat dari cara kita berpakaian. Fashion yang kita kenakan mencerminkan tentang siapa diri kita. Fashion akan selalu berdampingan dengan manusia tanpa memandang umur, dan juga jenis kelamin. Fashion yang terdapat dalam Scooter Club Sampang merupakan bentuk pesan komunikasi yang ingin disampaikan oleh anggota “SCS” kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui symbol-simbol visual fashion dan juga makna fashion yang terdapat dalam komunitas tersebut. Untuk lebih jelas, penulis ingin mendeskripsikan bahwa fashion Scooter Club Sampang ini merupakan bagian dari pesan komunikasi yakni melalui fashion. Sehingga ini menarik untuk dijadikan penelitian.

Penelitian ini berlokasi di kota Sampang dengan objek yaitu fashion komunitas “SCS”. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan jenis sumber data primer dan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data dari teori Semiotika Roland Barthes untuk menjelaskan makna denotasi, konotasi, dan juga mitos yang terdapat dalam fashion anggota “SCS”. Menggunakan triangulasi data (sumber) karena nara sumber lebih dari satu orang.

Berdasarkan hasil di lapangan, fashion yang terdapat dalam komunitas “SCS” terbagi menjadi dua yaitu pencinta vespa gembel dan pencinta vespa klasik. Pencinta vespa klasik memiliki symbol-simbol visual fashion berupa kaos hitam, celana panjang maupun pendek tanpa sobekan, sandal jepit, jaket levis, rambut ceppak, jam tangan, gelang rasta, kupluk rasta, topi polos, sepatu kets, syal rasta, kacamata, dan juga helm bogo. Mitos dari pakaian bersih yang mereka kenakan adalah sebagai wujud penolakan mereka terhadap masyarakat yang selalu memandang negative anak vespa. Sehingga berpakaian bersih tersebut diyakini sebagai pembentukan citra positif bagi kalangan pencinta vespa.

Sedangkan pencinta vespa gembel memiliki macam-macam symbol visual fashion seperti kaos hitam, celana pendek sobek, jaket levis tidak dicuci, sandal jepit, sepatu kets, rambut gimbal, kacamata, dan helm capung. Mitos untuk para pencinta vespa gembel ini adalah sebuah kesederhanaan, apa adanya, dan tidak berlebihan. Berpenampilan kumuh bagi para pencinta vespa gembel diyakini sebagai bentuk rasa percaya diri. Dengan berpenampilan kumuh, berarti mereka itu berbeda dan memiliki sesuatu yang unik untuk dilihat atau diperhatikan. Itulah mengapa semua fashion yang mereka kenakan selalu ditampilkan dengan jorok atau tidak bersih. Karena disitulah letak kesederhanaan dan juga sesuatu yang membedakan mereka dengan yang lain.

Fashion dalam Scooter Club Sampang ini merupakan pesan komunikasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat melalui pakaiannya. Pesan tersebut yang dapat mempengaruhi pola pikir anggota “SCS”. Sehingga mereka mampu menciptakan sebuah fashion yang sekaligus dijadikan identitas atau ciri khas dari diri mereka sendiri dan juga komunitas.

Kata Kunci : *Fashion “SCS”, Pesan Komunikasi, semiotika Roland Barthes, Teori Identitas*

