

KONSTRUKSI GAYA HIDUP MODERN PEREMPUAN PENGGUNA *HOT PANTS* DI YOGYAKARTA

Oleh:

Muhammad Ridwan Aziz¹

ABSTRACT *This research aims to analyze the construction of a modern lifestyle among women in Yogyakarta through the phenomenon of wearing hot pants in the early 2010s. Using a qualitative approach with a case study design, data were collected through non-participant observation and in-depth interviews with five informants within the productive age range. The results indicate that wearing hot pants is not merely a functional fashion choice but a social strategy to achieve distinction and accumulate symbolic capital to be recognized as part of modern urban society. The findings reveal a complex risk negotiation, where subjects experience tension between emotional satisfaction from social validation and anxiety regarding moral stigma or safety risks in public spaces. A comparison with the contemporary Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon among adolescents suggests that although the medium of expression has transformed from physical to digital spaces, the fundamental human drive for group recognition remains unchanged. In conclusion, this lifestyle phenomenon is an inevitable part of the "nature of time". This research recommends that educators adopt an "oyo gumunan" (not easily surprised) attitude and continue to prioritize human dignity in responding to the dynamics of social change within the educational environment.*

ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi gaya hidup modern pada perempuan di Yogyakarta melalui fenomena penggunaan *hot pants* pada awal dekade 2010-an. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, data dikumpulkan melalui observasi non-partisipan dan wawancara mendalam terhadap lima orang informan dalam rentang usia produktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *hot pants* bukan sekadar pilihan busana fungsional, melainkan strategi sosial untuk meraih distingsi dan akumulasi modal simbolik agar diakui sebagai bagian dari masyarakat urban yang modern. Temuan riset mengungkap adanya negosiasi risiko yang kompleks, di mana subjek mengalami ketegangan antara kepuasan emosional atas validasi sosial dengan kecemasan terhadap stigma asusila maupun risiko keamanan di ruang publik. Perbandingan dengan fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* pada remaja masa kini menunjukkan bahwa meskipun media ekspresinya telah bertransformasi dari ruang fisik ke ruang digital, dorongan dasar manusia untuk mendapatkan pengakuan kelompok tetaplah sama. Kesimpulannya, fenomena gaya hidup ini merupakan bagian dari kodrat zaman yang harus disikapi secara bijaksana. Riset ini merekomendasikan agar pendidik memiliki sikap "oyo gumunan" (tidak mudah heran) dan tetap mengedepankan martabat kemanusiaan dalam merespons dinamika perubahan sosial di lingkungan pendidikan.

Keywords: *Lifestyle, Hot Pants, Distinction, Ojo Gumunan, Sociology of Fashion.*

¹ Guru Sosiologi, MAN 2 Kulon Progo, Indonesia (*Corresponding Author: aziz-man2kp@gmail.com)

PENDAHULUAN

Modernitas bukan sekadar pergantian zaman, melainkan sebuah perubahan besar dalam masyarakat yang lebih mengutamakan rasionalitas dan perbedaan peran sosial. Sebagaimana dikemukakan Featherstone (2008), arus modernisasi yang membawa gaya hidup Barat telah mengubah pola budaya di seluruh dunia, termasuk dalam cara berpakaian sebagai alat untuk berkomunikasi (Soekanto, 2006). Dalam pandangan sosiologi, busana telah bergeser dari fungsi primernya sebagai penutup tubuh menjadi sebuah sistem tanda (*sign system*). Pemikiran ini diperkuat oleh Barnard (2011) yang menegaskan bahwa *fashion* digunakan individu untuk mengkomunikasikan identitas dan kelas sosialnya kepada publik.

Secara historis, penampilan busana minim di Indonesia telah terdokumentasi sejak era 1970-an dan 1980-an. Berdasarkan catatan Kristanto (2007) dalam *Katalog Film Indonesia 1926-2007*, estetika busana Barat terekam jelas melalui aktor ikonik seperti Rahayu Effendy dalam film *Mana Tahan* (1979) serta Eva Arnaz dalam *Maju Kena Mundur Kena* (1983). Pada masa itu, busana mini menjadi simbol keberanian perempuan urban dalam mendobrak batas kesantunan tradisional (Barnard, 2011). Gaya ini kemudian muncul kembali dengan suasana baru pada awal tahun 2000-an. Penelitian Yunita (2023) di Surabaya menunjukkan bahwa remaja mulai menyukai gaya yang praktis tapi tetap cantik karena pengaruh film *Hollywood* dan awal mula *Hallyu* (gelombang Korea), yang kemudian

dipopulerkan kembali oleh fenomena *girlband* di awal 2010-an.

Yogyakarta, yang dikenal sebagai 'Kota Budaya' sekaligus 'Kota Pelajar', menjadi tempat yang unik untuk melihat perbedaan identitas ini. Di satu sisi, Yogyakarta sangat menjaga sopan santun Jawa, namun disisi lain menjadi tempat berkumpulnya anak muda dari berbagai daerah dengan gaya hidup yang beragam. Ruang publik seperti Malioboro dan pusat perbelanjaan berfungsi sebagai "panggung sosial" (*social stage*) di mana identitas modern dipamerkan sekaligus diuji. Penelitian dari Adib dan Hendrastomo (2016) memperlihatkan bahwa remaja di Yogyakarta bahkan berani memakai pakaian bekas atau '*awul-awul*' supaya tetap terlihat gaya dan tidak merasa dikucilkan dari pergaulan.

Menariknya, meskipun pengaruh media sangat kuat, penelitian Sumartono dan Astuti (2013) menggunakan teori "Agenda Setting" menunjukkan bahwa tontonan televisi sebenarnya tidak terlalu banyak mengubah gaya berpakaian orang secara langsung. Hal ini menandakan bahwa pilihan baju sebenarnya lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan terdekat atau yang disebut dengan istilah *Habitus*.

Penggunaan *hot pants* di Yogyakarta pada awal 2010-an mencerminkan proses negosiasi identitas yang cukup rumit. Memilih pakaian ini bukan sekadar tindakan sembarangan, melainkan upaya para perempuan untuk mendapatkan pengakuan atau 'modal simbolik' agar lebih diterima dalam pergaulan kota yang modern.

Secara sosiologis, pilihan busana adalah strategi untuk menunjukkan jati diri. Menurut Bourdieu (1984) dalam bukunya *Distinction*, selera (*taste*) merupakan alat manusia untuk membedakan dirinya dari orang lain. Dalam konteks ini, penggunaan *hot pants* menjadi bentuk 'distingsi' untuk memperlihatkan identitas sebagai individu modern yang mengikuti tren global, sekaligus membedakan diri dari nilai tradisional yang dianggap kaku.

Namun, di balik keinginan tampil modis, terdapat ketegangan antara kepuasan saat dipuji dengan rasa takut terhadap pandangan negatif masyarakat. Fenomena ini menggambarkan apa yang disebut Wolf (2004) sebagai 'Mitos Kecantikan', di mana standar estetika sering kali memaksa perempuan memprioritaskan penampilan di atas kenyamanan dan keamanan pribadinya demi mendapatkan validasi sosial.

Perubahan gaya hidup ini terus berkembang sampai ke zaman digital sekarang. Jika dahulu kontestasi terjadi di panggung fisik, sekarang mereka bergaya di internet melalui peran para *Beauty Vlogger* (Maharani & Hendrastomo, 2023). Bahkan sekarang muncul tren busana yang tidak lagi membedakan antara laki-laki dan perempuan (*genderless fashion*) sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan keberanian untuk keluar dari norma-norma yang ada (Maahirah, 2023).

Berangkat dari jejak tren masa lalu, riset ini hadir untuk membedah bagaimana perempuan di Yogyakarta meracik gaya hidup modern mereka melalui penggunaan *hot pants*. Kita tidak hanya akan melihat

"selembar kain", melainkan menelusuri sebuah investasi identitas yang kompleks. Mulai dari motif subjektif dalam mencari jati diri, hingga paradoks menarik antara kecemasan akan risiko keamanan (stigma asusila) dan hasrat akan validasi sosial. Melalui kacamata sosiologis yang jernih, analisis ini diharapkan menjadi filter edukatif bagi pengembangan karakter di lingkungan pendidikan. Sebuah ajakan untuk menyikapi arus perubahan zaman secara bijaksana tanpa sedikit pun menepikan martabat kemanusiaan dalam setiap situasi sosial.

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk menyelami makna mendalam di balik gaya hidup perempuan pengguna *hot pants* di berbagai "panggung sosial" Yogyakarta, seperti kawasan Malioboro dan pusat perbelanjaan. Melalui teknik *purposive* dan *snowball sampling*, lima informan berusia 18-25 tahun dilibatkan untuk berbagi pengalaman nyata mereka, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam observasi dan wawancara mendalam. Dengan mengandalkan dokumentasi lapangan tahun 2013 untuk menangkap suasana zaman, penelitian ini tetap menjunjung tinggi prinsip humanisme melalui anonimitas guna menjaga martabat serta privasi subjek. Seluruh data kemudian diolah secara efisien melalui tahap reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan untuk menyajikan analisis sosiologis yang jernih, berbobot, serta tetap mengedepankan nilai edukasi

dalam menyikapi dinamika perubahan zaman.

HASIL

1 Karakteristik Subjek dan Pola

Konsumsi

Penting untuk memetakan "aset demografis" para informan guna

memahami daya beli dan frekuensi konsumsi mereka terhadap tren busana. Karakteristik ini menjadi fondasi bagi terbentuknya pilihan gaya hidup yang spesifik.

Kode Informan	Usia/ Status	Domisili	Pengalaman Penggunaan	Estimasi Uang Saku (Per Bulan)	Anggaran per Item
TW	Remaja	DIY	-	Rp 120.000 - Rp 200.000*	-
LL	17 th / Pelajar	Kulon Progo	1 Tahun	Rp 500.000	Rp 50.000 - Rp 100.000
FA	Mahasiswi (Smt 3)	DIY (Kost)	Sejak Kuliah	-	Rp 70.000 - Rp 200.000
ST	Dewasa Muda	DIY	-	-	-
TSL	Remaja	DIY	-	-	-

Tabel 1. Profil dan Karakteristik Informan. (Sumber: Data Primer, 2013)

Sebagaimana disajikan pada Tabel 1 terlihat bahwa subjek penelitian didominasi oleh kelompok usia remaja dan dewasa muda (pelajar/mahasiswa). Menariknya, meskipun status ekonomi mereka masih bergantung pada uang saku, terdapat alokasi dana yang signifikan

untuk pembelian *hot pants*, yakni berkisar antara Rp50.000,00 hingga Rp200.000,00 per item. Hal ini menunjukkan bahwa busana bukan lagi kebutuhan sekunder, melainkan "investasi identitas" yang diprioritaskan.

2 Informasi dan Motivasi Sosial

Penyebaran *trend hot pants* di Yogyakarta tidak terjadi secara organik, melainkan didorong oleh kanal-kanal

informasi yang masif, baik melalui media massa konvensional maupun lingkaran pergaulan.

Kategori Pendorong	Detail Pengaruh	Informan Terkait
Media Massa (TV)	Inspirasi dari <i>Cherrybelle</i> dan acara TV populer	TW, TSL
Media Digital	Situs kecantikan & fashion (Contoh: WRP Diet Center)	ST
Kelompok Sekawan	Perasaan "tidak enak" jika berbeda dan ingin diakui (<i>Conformity</i>)	FA, LL
Validasi Sosial	Mendapat pujian dari pacar, kakak, atau teman	LL, FA
Identitas Diri	Merasa lebih "modis", "baru", dan "percaya diri"	LL, ST, FA

Tabel 2. Matriks Faktor Pendorong (Motivasi) Sosial. (*Sumber: Data Primer, 2013*)

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa televisi dan media digital memegang peran krusial sebagai agen sosialisasi modernitas. Namun, faktor "Teman Sekawan" dan "Validasi Sosial" (pujian) menjadi penentu utama konsistensi subjek dalam menggunakan busana tersebut. Salah satu informan, LL, menegaskan pentingnya validasi ini:

"...ketika pacar atau kakak saya memuji saya ketika mengenakan

busana tersebut, saya jadi tambah suka mengenakannya."

3 Antara Tren atau Kenyamanan

Pilihan subjek terhadap model dan material *hot pants* menunjukkan adanya proses kalkulasi yang matang antara tuntutan estetika modern dan kenyamanan fisik. Dalam kacamata sosiologis, benda material bukan sekadar objek mati, melainkan media komunikasi simbolik yang membawa pesan tentang identitas

pemakainya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat diversifikasi selera informan yang terwujud dalam berbagai jenis material busana yang mereka koleksi.

Ragam koleksi busana yang menjadi pilihan utama para informan dipresentasikan dalam Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Dokumentasi Koleksi *Hot Pants* Informan (2013). (a) Material *Denim* merepresentasikan gaya hidup Barat yang maskulin dan tahan lama; (b) Material Katun Bermotif menonjolkan aspek estetika feminin; (c) Material Kain *Twill* sebagai alternatif pilihan busana harian yang mengutamakan kenyamanan (*utility*). (Sumber: *Data Primer*, 2013)

Berdasarkan dokumentasi pada Gambar 1, material *Denim* (a) menjadi koleksi yang paling jamak ditemui. *Denim* dipilih karena citranya yang identik dengan budaya populer Barat yang bersifat global, tangguh, dan tidak lekang oleh waktu. Bagi informan, mengenakan *denim* memberikan perasaan "aman secara gaya" karena model ini memiliki tingkat

penerimaan yang tinggi di berbagai ruang publik urban Yogyakarta.

Sebaliknya, pilihan pada material Katun Bermotif (b) dan Kain *Twill* (c) menunjukkan sisi pragmatis dan negosiasi rasional subjek. Di tengah suhu udara Yogyakarta yang tropis, subjek melakukan efisiensi pilihan dengan mengadopsi bahan yang lebih ringan dan menyerap keringat, namun tetap

mempertahankan potongan yang modis. Hal ini menunjukkan bahwa identitas "modern" tidak selalu diadopsi secara mentah, melainkan disesuaikan dengan kondisi lingkungan fisik subjek.

Koleksi informan yang mencapai jumlah yang cukup banyak (seperti informan LL yang memiliki 10 buah) menandakan adanya akumulasi modal simbolik. Setiap potong busana pada Gambar 1 merupakan instrumen bagi subjek untuk melakukan "pengelolaan kesan" yang berbeda-beda, tergantung pada panggung publik mana mereka akan hadir. Keberagaman material ini mempertegas bahwa bagi perempuan urban di Yogyakarta pada masa itu, busana telah bertransformasi menjadi investasi identitas yang krusial untuk mendapatkan validasi dan pengakuan sosial.

DISKUSI

1. Dialektika Habitus dan Modal Simbolik

Pilihan busana para informan ternyata bukan sekadar soal gaya, melainkan hasil

"investasi" sosial yang terukur. Melalui kacamata Bourdieu (1984), para perempuan muda ini melakukan kalkulasi strategis dengan mengubah aset mereka menjadi modal simbolik berupa penampilan modis. Bagi mereka, pengakuan lingkungan adalah "dividen" sosial yang sangat berharga; keinginan meraih status sebagai "perempuan modern" pun mengalahkan kecemasan akan stigma negatif. Upaya meraih distingsi (pembeda kelas) ini terlihat dari pemilihan distro di pusat kota demi mengamankan label modernitas. Di "panggung sosiologis" seperti Malioboro, mereka mempraktikkan manajemen kesan (*impression management*) sesuai teori Dramaturgi. Bahkan, pemilihan waktu sore atau malam hari untuk berbusana minim merupakan bentuk negosiasi cerdas yang menyeimbangkan kenyamanan fisik dengan kenyamanan sosial. Pada akhirnya, gaya hidup telah menjadi instrumen penting bagi perempuan urban untuk memenangkan posisi dan validasi di tengah transformasi masyarakat yang dinamis.

Aspek Gaya Hidup	Kecenderungan Informan	Lokasi/Waktu Spesifik
Ruang (Lokasi)	Tempat santai & ruang publik urban	Malioboro, Mangkubumi, Alun-alun Wates, Distro, Rumah.
Waktu Penggunaan	Waktu luang (tidak formal)	Sore hari (LL, FA), Malam hari di kost (FA), Sepanjang hari (ST).
Model & Bahan	Mengutamakan kenyamanan & tren	Bahan Jeans/Denim (TSL), Non-jeans (LL), Merek Nevada & JJ Jeans.
Tempat Pembelian	Pusat tren perkotaan	Distro di Jogja, Matahari Mall, Outlet khusus.

Tabel 3: Preferensi Ruang, Waktu, dan Model Busana. (*Sumber: Data Primer, 2013*)

Yogyakarta, dalam riset ini, bertindak sebagai Arena (*Field*) tempat para perempuan bertanding memperebutkan pengakuan. Di mal atau distro, mereka merasa memiliki Modal Budaya karena memahami denyut tren. Namun, perjalanan ini tidak selalu mulus. Terjadi benturan antara tren global dengan Habitus lama masyarakat Yogyakarta yang menjunjung tinggi kesantunan Jawa.

Di sinilah muncul "negosiasi identitas" yang santun. Para informan berusaha tetap terlihat modis tanpa harus

kehilangan martabat mereka. Sebagaimana pengakuan jujur salah satu informan:

"Awalnya saya coba-coba karena mengikuti teman-teman saya, tapi lama-kelamaan kok terlihat bagus dan menarik... Apalagi ketika pacar atau kakak saya memuji, saya jadi tambah suka mengenakannya..."

Narasi tersebut membuka tabir mengenai bagaimana individu melakukan Konformitas Sosial. Proses internalisasi gaya hidup ini selaras dengan mekanisme sosialisasi, yaitu individu belajar

mengadopsi nilai kelompoknya demi menghindari penolakan (Saleh, 2020). Penggunaan busana tertentu adalah hasil dari persepsi sosial dan upaya memenuhi ekspektasi peran dalam masyarakat (Saleh, 2020).

Jika ditarik ke konteks kekinian, gejala ini berakar pada fenomena *Social Approval* atau *FoMO (Fear of Missing Out)*. Individu merasa mengalami "pengucilan simbolik" jika tidak mengikuti arus. Pujian dari figur otoritas (pacar atau kakak) menjadi penguat (*reinforcement*) yang memperkuat identitas tersebut.

Jika kita bedah menggunakan kacamata Featherstone (2008), tubuh informan telah bertransformasi menjadi "proyek identitas". Sebuah instrumen untuk memamerkan gaya hidup. Hal ini sangat selaras dengan tesis Ibnu Khaldun dalam *Mukaddimah* (2011) mengenai perilaku *tasyabbuh* (peniruan). Khaldun berargumen bahwa kelompok yang merasa di bawah pengaruh budaya dominan cenderung meniru gaya hidup kelompok yang dianggap lebih "maju".

Dalam konteks Yogyakarta tahun 2013, busana minim dipandang sebagai

representasi "kemenangan" modernitas atas tradisionalisme. Dengan mengenakannya, subjek merasa memiliki derajat sosial yang lebih tinggi melalui standar estetika global. Pada akhirnya, *hot pants* bukan lagi sekadar komoditas tekstil, melainkan instrumen perjuangan eksistensial perempuan urban untuk mendapatkan validasi di tengah arus modernisasi yang hegemonik.

2 Selera dan Peran Distro

Temuan riset ini mengungkap adanya kaitan erat antara "tempat" dan "selera" yang mendikte keputusan subjek dalam berbusana. Muncul perbedaan persepsi yang tajam antara wilayah penyangga (seperti Wates) dengan pusat tren urban di Yogyakarta. Para informan menunjukkan kecenderungan kuat untuk menganggap *hot pants* dari *Distro (Distribution Store)* di pusat kota memiliki "nilai intrinsik" yang lebih tinggi dibandingkan produk serupa dari toko busana biasa di daerah asal mereka. Hal ini ditegaskan oleh salah satu informan:

"Ada saran dari teman mas, kalau di distro modelnya lebih bagus daripada di toko-toko di Wates."

Data ini menunjukkan bagaimana Habitus Konsumsi bekerja secara mendalam. Dalam kacamata Bourdieu (1984), selera (*taste*) bukanlah sesuatu yang terjadi secara alami, melainkan hasil dari internalisasi struktur sosial. Memilih berbelanja di distro pusat kota bukan sekadar soal kualitas jahitan, melainkan sebuah upaya melakukan Distingsi (Pembedaan). Subjek berusaha membedakan identitas dirinya dari kelompok masyarakat *rural* atau pinggiran.

Yogyakarta, dalam konteks ini, berperan sebagai sebuah Ranah (*Field*) di mana modal simbolik modernitas didistribusikan secara masif. Membeli busana di distro memberikan *prestige* tersendiri karena adanya label "modern" dan "modis" yang melekat kuat pada citra kota besar. Sebaliknya, toko busana di wilayah penyangga seringkali dipersepsikan sebagai representasi nilai lama yang tertinggal oleh kecepatan tren global.

Pernyataan "modelnya lebih bagus" sebenarnya adalah kode sosiologis bagi "identitas yang lebih berkelas". Dengan bertransaksi di pusat tren, subjek merasa

telah melakukan Investasi Identitas. Mereka tidak sekadar membeli kain, tetapi membeli "makna" untuk memvalidasi posisi mereka sebagai bagian dari masyarakat kelas menengah urban yang melek tren.

Dalam perspektif ini, *hot pants* yang dibeli di Yogyakarta memiliki nilai tukar simbolik yang jauh lebih tinggi. Distro bertindak sebagai agen perubahan yang memfasilitasi persebaran selera urban, sekaligus mempertegas stratifikasi sosial berdasarkan penguasaan terhadap tren busana terbaru. Inilah wujud nyata bagaimana modal budaya dan modal simbolik mendikte perilaku konsumsi perempuan modern di Yogyakarta pada masa itu.

3. Paradoks Modernitas

Salah satu temuan paling menarik dalam riset ini dapat dibedah melalui kacamata Goffman dalam Suryandari (2016) mengenai "Presentation of Self". Dalam konteks ini, Yogyakarta bukan sekadar wilayah geografis, melainkan sebuah "Front Region" (Panggung Depan) yang sangat dinamis. Di sinilah para perempuan pelaku tren melakukan Manajemen Kesan (*Impression*

Management) agar identitas mereka diakui sebagai bagian dari masyarakat modern.

Pilihan untuk mengenakan *hot pants* bertindak sebagai *Sign-Equipment* (Peralatan Tanda) atau properti panggung yang sangat krusial. Busana ini bukan sekadar penutup tubuh, melainkan sinyal instan untuk membangun citra diri yang modis. Namun, terdapat strategi Pemisahan Penonton (*Audience Segregation*) yang cerdas. Para informan cenderung menyimpan "pertunjukan" ini hanya untuk panggung kota besar (Yogyakarta) dan kembali ke identitas tradisional saat berada di lingkungan asal (wilayah penyangga seperti Wates).

Perhitungan ini menunjukkan bahwa subjek sangat sadar akan risiko stigma. Sebagaimana pengakuan jujur salah satu informan:

"Saya sebenarnya takut dengan tindak-tanduk asusila yang sekarang lagi marak, tapi bagaimana lagi ya mas, saya ingin terlihat modis sih."

Data di atas menunjukkan sebuah Paradoks Modernitas. Subjek terjepit di antara dua jenis kecemasan: antara keamanan raga dan keamanan identitas. Hasrat untuk menjaga "nilai investasi"

identitas sering kali memenangkan pertarungan melawan rasa takut fisik. Pengorbanan rasa aman ini merupakan "harga" yang bersedia dibayar demi mendapatkan pengakuan sosial yang dianggap lebih bergengsi.

Secara sosiologis, apa yang dilakukan para subjek ini adalah bentuk kompromi demi tetap tampil modis tanpa sepenuhnya mengabaikan faktor keamanan. Sebagaimana dijelaskan oleh Soekanto (2006), perubahan sosial sering kali menuntut individu melakukan kalkulasi rasional terhadap nilai-nilai yang saling bertentangan. Dalam kalkulasi ini, "keuntungan" berupa pengakuan dan perasaan menjadi bagian dari masyarakat modern dianggap lebih bernilai dibandingkan "kerugian" berupa rasa was-was di ruang publik.

Ketegangan budaya ini memperlihatkan betapa kuatnya Hegemoni Gaya Hidup Modern dalam mendikte perilaku individu. Standar global mengenai kecantikan dan modernitas telah begitu terinternalisasi sehingga mampu mengaburkan insting perlindungan diri yang paling dasar. Pengorbanan rasa aman ini merupakan

"harga" yang bersedia dibayar oleh subjek demi mendapatkan status sosial yang dianggap lebih bergengsi.

Dalam konteks Yogyakarta, negosiasi ini juga berkaitan dengan persepsi ruang. Subjek mungkin merasa lebih berani mengenakan *hot pants* di area-area yang dianggap sebagai "kantong modernitas" seperti mall atau distro pusat kota, karena disana terdapat perlindungan simbolik dari komunitas yang memiliki kesamaan identitas. Namun, begitu mereka berpindah ke ruang publik yang lebih heterogen, paradoks ini kembali menguat, memaksa mereka untuk terus melakukan kalkulasi antara estetika dan keselamatan sepanjang aktivitas berlangsung.

4. Ruang Publik sebagai Panggung Eksistensi

Ruang publik Yogyakarta, seperti Malioboro dan mal, kini menjadi "panggung sosiologis" tempat drama identitas dimainkan. Bagi pengguna *hot pants*, lokasi tersebut adalah *front stage* untuk mengelola kesan (*impression management*) sesuai teori Dramaturgi Erving Goffman dalam Suryandari (2016). Mereka menampilkan performa diri ideal guna memproyeksikan citra

perempuan modern yang mandiri. Alhasil, interaksi sosial bukan lagi sekadar gerak fisik, melainkan ajang pertunjukan identitas yang edukatif untuk melihat bagaimana individu meraih pengakuan di tengah dinamika zaman.

Namun, di panggung publik Yogyakarta, mereka menghadapi *social gaze* yang ambivalen. Pilihan busana ini diapresiasi sebagai simbol kemajuan, sekaligus mendapat stigma sebagai bentuk degradasi moral. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana identitas modern harus terus bernegosiasi dengan beragam pandangan sosial guna mendapatkan validasi di tengah transformasi masyarakat yang dinamis.

Kondisi ini menegaskan bahwa Yogyakarta masih menjadi arena kontestasi yang tajam antara nilai unggah-ungguh Jawa dengan gaya hidup liberal-modern. Nilai-nilai tradisional memandang tubuh dan busana sebagai bagian dari etika kesantunan publik, sementara arus modernitas memandangnya sebagai ranah otoritas pribadi. Dalam situasi benturan ini, subjek dituntut untuk piawai melakukan navigasi identitas agar tetap bisa mengeksplorasi

kebebasan ekspresinya tanpa sepenuhnya teralienasi dari lingkungan sosialnya.

Sebagaimana terekam dalam Gambar 2, panggung sosiologis di kawasan urban Yogyakarta menyediakan ruang bagi para informan untuk memamerkan identitas

modernnya. Dalam foto tersebut, terlihat bagaimana busana *hot pants* menjadi instrumen utama dalam melakukan pertunjukan identitas di tengah keramaian publik.



Gambar 2. Panggung sosiologis Yogyakarta. ruang publik sebagai ajang manajemen kesan melalui pilihan busana. (Sumber: Dokumen Peneliti, 2013)

5. Menuntun di Tengah Arus Zaman

Fenomena "manggung" demi validasi ini memiliki benang merah yang sangat kuat dengan realitas remaja masa kini. Jika dahulu panggung sosiologis bersifat fisik seperti Malioboro, kini panggung tersebut telah bermigrasi secara masif ke ruang digital dalam bentuk konten. Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) yang ditemukan dalam penelitian Ramadhani dan Erisna (2025) membuktikan bahwa dorongan untuk menghindari "pengucilan

simbolik" tetaplah permanen, hanya instrumennya yang berubah dari kain ke layar.

Di sinilah peran pendidik menjadi sangat krusial. Memahami konsep Ibnu Khaldun tentang peniruan budaya dominan (*tasyabbuh*) dan upaya beradaptasi dengan lingkungan masih sangat relevan. Orientasi untuk bisa "hidup bermasyarakat" (Nasrowi, 2017) mendorong individu mencari validasi agar tetap relevan dengan identitas

kelompoknya (*asabiyyah*). Namun, dalam perspektif pendidikan Islam, keinginan untuk diterima lingkungan ini harus dikelola agar tidak terjebak dalam pola konsumsi gaya hidup yang berisiko. Di sini, pendidikan berperan membentuk karakter (*malakah*) yang kuat agar individu tidak sekadar menjadi pengekor tren yang dapat merugikan martabat peradaban.

Sejalan dengan hal tersebut, Ki Hadjar Dewantara menegaskan bahwa pendidikan harus menuntun kodrat anak didik agar mencapai keselamatan dan kebahagiaan (Wiryopranoto, dkk., 2017). Munculnya gaya hidup modern adalah perwujudan dari Kodrat Zaman yang tidak bisa dihindari, namun harus disikapi secara bijaksana. Tugas pendidik bukanlah menghakimi secara kaku, melainkan menjadi filter budaya agar perubahan zaman tidak merusak akar kepribadian. Pendidik harus mampu memisahkan mana fluktuasi tren yang bersifat sementara dan mana nilai karakter yang merupakan aset abadi (*intrinsic value*).

Bagi pendidik, menyikapi fenomena ini memerlukan sikap "*Ojo Gumunan*"

(tidak mudah heran) melalui penerapan Sistem Among. Pendidik berperan menumbuhkan kesadaran bahwa kebebasan berekspresi tetap harus berpegang pada nilai moralitas dan keamanan diri. Dengan memahami motif sosiologis di balik perilaku siswa, seperti tekanan kelompok dan keinginan untuk eksis, pendidik dapat mengarahkan mereka untuk menghindari risiko sosial, seperti stigma negatif maupun tindakan asusila. Dengan demikian, pendidikan tetap berfungsi sebagai benteng perlindungan yang memastikan anak didik dapat mengikuti perkembangan zaman tanpa kehilangan identitas dan keselamatan moralnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *hot pants* di Yogyakarta merupakan strategi konstruksi identitas untuk meraih distingsi sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya kontinuitas sosiologis dengan perilaku digital masa kini (*FoMO*), di mana kebutuhan dasar akan pengakuan kelompok tetap menjadi penggerak utama meskipun medianya berubah. Secara pedagogis, tuntutan adaptasi terhadap "Kodrat Zaman" ini memerlukan peran

pendidik sebagai filter budaya yang bijaksana. Mengacu pada pemikiran Ibnu Khaldun dan Ki Hadjar Dewantara, pendidik harus memiliki sikap *ojo gumunan* dan menerapkan Sistem Among untuk menuntun anak didik. Dengan memprioritaskan

keselamatan dan martabat di atas fluktuasi tren, pendidikan berfungsi sebagai benteng karakter yang menjaga anak didik agar tetap adaptif terhadap zaman tanpa kehilangan identitas moralnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, A., & Hendrastomo, G. (2016). Perilaku Konsumsi Fashion di Kalangan Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 5(2).
<https://journal.student.uny.ac.id/ojs/societas/article/download/9094/8765>
- Barnard, M. (2011). *Fashion sebagai Komunikasi* (I. S. Ibrahim, Terj.). Yogyakarta: Jalasutra.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (R. Nice, Trans.). Cambridge: Harvard University Press.
https://monoskop.org/images/e/e0/Pierre_Bourdieu_Distinction_A_Social_Critique_of_the_Judgement_of_Taste_1984.pdf
- Featherstone, M. (2008). *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suryandari, N., (2016), *Dramaturgi Identitas Diri di Media Sosial*, dalam Surokim & T. Handaka (Eds.), *Media Lokal: Kontestasi, Trend, Dinamika, dan Suara Media Arus Bawah Madura*, Pusat Kajian Komunikasi (Puskakom) Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan. <https://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2021/04/Book-chapter-media-lokal-Dramaturgi-.pdf>
- Khaldun, A. R. M. (2011). *Mukaddimah Ibnu Khaldun* (M. Irham, M. Supar, & A. Zuhri, Terj.). Pustaka Al-Kautsar. (Karya asli diterbitkan tahun 1377).
- Kristanto, J. B. (2007). *Katalog Film Indonesia 1926-2007*. Jakarta: Nalar.
- Maahirah, L. (2023). *Genderless Fashion sebagai Cara Mengekspresikan Diri* (Skripsi). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/47176/19321210.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Maharani, S., & Hendrastomo, G. (2023). Peran Beauty Vlogger dalam Membentuk Habitus Kecantikan di Era Digital. *Jurnal Sosiologi Reflektif*.
<https://jurnal.uny.ac.id/index.php/dimensia/article/download/59264/19032>
- Nasrowi, B. M. (2017). Konsep Pendidikan Islam Perspektif Kitab Muqaddimah Ibnu Khaldun. *STUDI ARAB: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab*, 8(2), 173-184.
<https://doi.org/10.35891/sa.v8i2.1763>
- Ramadhani, F. M., & Erisna, F. K. (2025). *Takut Ketinggalan, Takut Tak Diakui: Fenomena FoMO sebagai Konformitas Sosial Siswa Madrasah Pengguna Instagram dan Game Online* [Laporan Penelitian OPSI tidak diterbitkan]. MAN 2 Kulon Progo.
- Saleh, A. A. (2020). *Psikologi Sosial*. IAIN Parepare Nusantara Press.
<https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3342/1/PSIKOLOGI%20SOSIAL.pdf>

- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sumartono, & Astuti, H. (2013). Terpaan Drama Korea dan Perilaku Fashion Di Kalangan Mahasiswi FIKOM Ubhara Jaya. *Jurnal Komunikasi*, 4(2).
<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/download/133/133>
- Wiryopranoto, S., Herlina, N., Marihandono, D., & Tangkilisan, Y. B. (2017). *Ki Hajar Dewantara: Pemikiran dan Perjuangannya*. (D. Marihandono, Ed.). Jakarta: Museum Kebangkitan Nasional.
<https://repositori.kemendikdasmen.go.id/4881/1/Buku%20Ki%20Hajar%20Dewantara.pdf>
- Wolf, N. (2002). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.
- Yunita, N. I. (2023). Gaya Berpakaian Remaja Perempuan di Surabaya Pada Tahun 2000-2010. *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 11(1).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/56642/44489>