

DOI: <https://doi.org/10.38035/rj.v8i6><https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received: 12, Oktober 2026 | Revised: 19, Oktober 2026 | Accepted: 28, Oktober 2026

Raw denim sebagai Simbol Identitas: Studi Konstruksi Diri pada Anggota Komunitas Rawclub Jakarta

Fadly Rahmat Dzikri¹, Mustiawan Mustiawan², Magvira Yuliani³

¹Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia, fadlyrd0401@gmail.com

²Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia, mustiawan@uhamka.ac.id

³Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia, magvirayuliani@uhamka.ac.id

Corresponding Author: mustiawan@uhamka.ac.id¹

Abstract: *The evolution of fashion trends among young people has transformed clothing into a medium of nonverbal communication for expressing personal identity. Raw denim, characterized by color changes and wear patterns, reflects personal experiences and social connections. However, identity construction through raw denim transformation and community interaction remains under-explored. This study examines raw denim as an identity symbol in the self-construction of Rawclub Jakarta members using Henri Tajfel's social identity theory. A qualitative case study approach was employed, with data collected through in-depth interviews, observation, and literature review. Data were analyzed through reduction, presentation, and conclusion drawing, while source triangulation ensured validity. The findings reveal that identity construction occurs through social categorization based on shared understandings of raw denim, social identification through internalized values of patience and consistency, and social comparison that reinforces group uniqueness without disparaging others. This study's novelty lies in conceptualizing raw denim as a dynamic identity symbol that evolves through wear patterns, personal experiences, and social interactions among community members.*

Keywords: *Raw denim, social identity, self-construction, group communication, Rawclub.*

Abstrak: Perkembangan tren *fashion* di kalangan anak muda telah mengubah pakaian menjadi media komunikasi nonverbal untuk mengekspresikan identitas diri. *Raw denim*, yang memiliki karakteristik perubahan warna dan pola pemudaran akibat pemakaian, mencerminkan pengalaman pribadi dan hubungan sosial. Namun, proses konstruksi identitas melalui perubahan *raw denim* dan interaksi komunitas masih belum banyak diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *raw denim* sebagai simbol identitas dalam konstruksi diri anggota komunitas *Rawclub* Jakarta dengan menggunakan teori identitas sosial Henri Tajfel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan validitas data diperiksa melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi identitas berlangsung melalui kategorisasi sosial berdasarkan pemahaman bersama mengenai *raw denim*, identifikasi

sosial melalui internalisasi nilai kesabaran dan konsistensi, serta perbandingan sosial yang memperkuat keunikan kelompok tanpa merendahkan kelompok lain. Kebaruan penelitian ini terletak pada konseptualisasi *raw denim* sebagai simbol identitas yang dinamis, yang terus berkembang melalui jejak pemakaian, pengalaman pribadi, dan interaksi sosial antaranggota komunitas.

Kata Kunci: *Raw denim*, identitas sosial, konstruksi diri, komunikasi kelompok, Rawclub.

PENDAHULUAN

Fenomena *fashion* di Indonesia semakin mendapat perhatian, khususnya di kalangan anak muda. Perkembangan ini berkaitan dengan meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya *fashion* dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan survei GoodStats pada Oktober 2024 terhadap 208 responden berusia 18–25 tahun, sebanyak 58,2% generasi muda menganggap *fashion* sangat penting bagi kehidupan.



Gambar 1. Persepsi anak muda terhadap *fashion*

Sumber : (Putri & Fadhilah, 2024)

Dalam perspektif komunikasi, *fashion* merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang dapat menyampaikan identitas, status sosial, nilai, dan afiliasi kelompok. Busana tidak hanya berfungsi sebagai penunjang penampilan, tetapi juga menjadi media simbolik bagi individu untuk memproyeksikan dan membentuk konsep dirinya melalui simbol visual dan interaksi sosial (Ardiansyah et al., 2025). Salah satu produk *fashion* yang menarik perhatian anak muda urban adalah *raw denim*, yaitu denim mentah yang belum melalui proses pencucian (*unwashed*) setelah diproduksi.

Berbeda dengan *jeans* yang telah diproses agar tampak pudar, *raw denim* mempertahankan karakteristik aslinya dan mengalami perubahan seiring pemakaian. Gesekan, lipatan, dan kebiasaan penggunaannya menghasilkan pola pemudaran (*fade*) yang unik. Perubahan tersebut menjadikan setiap produk *raw denim* memiliki karakteristik personal yang merefleksikan rutinitas, pengalaman, dan kebiasaan pemakainya. Fenomena ini turut mendorong terbentuknya komunitas penggemar *raw denim* di berbagai kota, termasuk Jakarta. Salah satunya adalah Rawclub, komunitas yang mewadahi pertemuan, diskusi, dan kegiatan bersama para penggemar *raw denim*. Dalam komunitas ini, cara merawat denim, memperlihatkan pola *fade*, serta memilih merek dan jenis denim tertentu dapat menjadi simbol sosial yang dipahami oleh sesama anggota. Dengan demikian, denim tidak hanya menjadi barang konsumsi, tetapi juga sarana untuk mengekspresikan identitas dan membangun hubungan sosial.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunitas berbasis kesamaan minat dapat menjadi ruang pembentukan identitas individu maupun kolektif. Pada komunitas Vespa

Bengkulu Bersatu, simbol khas, gaya berpakaian, dan aktivitas bersama menjadi sarana membedakan kelompok sekaligus memperkuat identifikasi sosial dan kebanggaan kolektif (Ardito et al., 2026). Sementara itu, penelitian mengenai komunitas Indonesia *Sneakers Team* Surabaya menunjukkan bahwa *fashion* dapat dimaknai sebagai identitas sosial dan gaya hidup yang membedakan anggotanya dari kelompok lain (Manggala & Sahrub, 2021). Temuan tersebut menunjukkan bahwa objek material, seperti kendaraan, sepatu, dan pakaian, dapat menjadi medium konstruksi identitas sosial. Pada komunitas Rawclub, pembentukan identitas memiliki karakteristik tersendiri karena *raw denim* mengalami perubahan fisik selama digunakan. Anggota komunitas tidak sekadar mengenakan denim, tetapi juga menjalani proses *breaking in*, yaitu proses penggunaan denim hingga terbentuk karakter dan pola pemudaran yang khas. Proses ini membutuhkan kesabaran, konsistensi, dan keterlibatan emosional dalam jangka panjang. Denim yang awalnya memiliki tampilan relatif serupa kemudian berkembang menjadi unik sesuai pengalaman dan kebiasaan masing-masing pengguna.

Dalam kajian komunikasi, fenomena tersebut dapat dipahami melalui perspektif konstruktivisme yang memandang makna dan identitas sebagai hasil konstruksi sosial melalui interaksi. Citra diri individu tidak hanya terbentuk dari karakteristik pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi dan pandangan orang lain (Qorib et al., 2023). Perspektif ini relevan untuk memahami bagaimana anggota Rawclub memaknai *raw denim* sebagai bagian dari proses pembentukan identitas diri, baik dalam lingkungan komunitas maupun masyarakat luas. Untuk menganalisis proses tersebut, penelitian ini menggunakan teori identitas sosial Henri Tajfel. Teori ini menjelaskan bahwa identitas seseorang terbentuk tidak hanya melalui karakteristik pribadi, tetapi juga melalui keanggotaannya dalam kelompok sosial (Mu'adzah, 2025). Identitas sosial mencakup tiga komponen utama, yaitu kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial (Tajfel, H., & Turner, 1979). Pada komunitas Vespa Bengkulu Bersatu, kategorisasi sosial terlihat melalui simbol dan gaya berpakaian khas, identifikasi sosial tercermin dalam nilai kebersamaan dan loyalitas, sedangkan perbandingan sosial tampak dari pemahaman anggota mengenai keunikan kelompoknya (Ardito et al., 2026). Ketiga komponen tersebut menjadi landasan untuk memahami bagaimana *raw denim* berperan dalam konstruksi identitas anggota Rawclub.

Pembentukan identitas juga berkaitan dengan interaksi simbolik dalam komunitas berbasis hobi. Pada komunitas penggemar kereta api Edan Sepur, identitas anggota terbentuk melalui pembelajaran sosial serta pemaknaan terhadap istilah, gestur, dan atribut komunitas. Fenomena ini sejalan dengan gagasan interaksionisme simbolik George Herbert Mead mengenai pembentukan diri melalui interaksi sosial dan pemaknaan simbol bersama (Pratama et al., 2025). Penelitian mengenai komunitas modifikasi motor di Jakarta Selatan juga menunjukkan bahwa kesamaan minat menjadi ruang untuk bertukar informasi, memperluas jaringan, dan memperkuat identitas sosial (Soeod, 2025).

Dalam konteks komunikasi kelompok, Rawclub menjadi ruang interaksi yang memungkinkan anggota membangun dan memperkuat identitas melalui pertemuan langsung maupun media sosial. Penggunaan istilah seperti *fade*, *raw*, *selvedge*, dan *breaking in*, pertukaran informasi, serta berbagi foto kondisi denim menjadi bagian dari komunikasi yang mempererat hubungan dan membangun pemahaman bersama. Interaksi kelompok juga membentuk hubungan sosial, pembagian peran, dan rasa tanggung jawab antaranggota (Dewi et al., 2025). Melalui proses tersebut, identitas kolektif komunitas dapat memengaruhi cara setiap anggota memaknai dirinya. Meskipun penelitian terdahulu telah membahas pembentukan identitas dalam komunitas berbasis *fashion* dan hobi melalui simbol kelompok, gaya hidup, dan interaksi sosial, proses transformasi fisik objek *fashion* sebagai bagian dari konstruksi identitas diri masih belum banyak dikaji secara mendalam. Inilah kesenjangan penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar kajian ini. Pada *raw denim*, perubahan warna, pola pemudaran, dan lipatan yang terbentuk melalui pemakaian sehari-hari berpotensi menjadi sumber makna yang dipertukarkan dan diinterpretasikan bersama oleh anggota komunitas. Oleh karena itu,

diperlukan kajian yang menjelaskan keterkaitan antara perubahan fisik *raw denim*, pengalaman personal, dan interaksi sosial dalam pembentukan identitas diri.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada kajian *raw denim* sebagai simbol identitas yang dinamis, yang terus berkembang melalui jejak pemakaian dan memperoleh makna melalui interaksi sosial. Penelitian ini tidak hanya memandang *raw denim* sebagai produk *fashion* atau penanda keanggotaan kelompok, tetapi juga sebagai objek material yang merefleksikan pengalaman personal penggunanya. Dengan menggunakan teori identitas sosial Henri Tajfel, penelitian ini menganalisis bagaimana transformasi fisik *raw denim* berkaitan dengan kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial dalam komunitas Rawclub Jakarta.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *raw denim* sebagai simbol identitas dalam konstruksi identitas diri anggota komunitas Rawclub Jakarta. Secara khusus, penelitian ini mengkaji proses kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial yang terbentuk melalui penggunaan *raw denim* serta interaksi antaranggota komunitas.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai masalah sosial melalui deskripsi naratif, analisis holistik, fleksibilitas, dan interpretasi yang menekankan makna serta proses dari perspektif partisipan (Waruwu, 2024). Pendekatan ini dipilih untuk memahami proses konstruksi identitas diri remaja akhir pengguna denim, khususnya *raw denim*, dalam komunitas Rawclub di Jakarta. Metode yang digunakan adalah studi kasus, yaitu studi empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata (Nur'aini, 2021). Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada satu kasus, yaitu komunitas Rawclub Jakarta, yang dikaji secara mendalam berdasarkan konteks kehidupan dan interaksi sosial anggotanya. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juli 2026 di komunitas Rawclub Jakarta. Subjek penelitian adalah anggota komunitas Rawclub berusia 20–24 tahun yang aktif menggunakan *raw denim*. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria informan meliputi: (1) anggota aktif komunitas Rawclub Jakarta; (2) admin komunitas sebagai informan kunci; (3) menggunakan *raw denim* sebagai bagian dari gaya berpakaian dan ekspresi identitas diri; serta (4) bersedia memberikan informasi mengenai pengalaman dan aktivitasnya dalam komunitas. Jumlah informan sebanyak enam orang, terdiri atas lima anggota komunitas (I1, I2, I3, I4, dan I5) serta satu informan kunci (IK).

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian karena menentukan validitas dan kualitas hasil akhir yang diperoleh (Siti Romdona et al., 2025). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara mendalam, pedoman observasi, dan dokumentasi pendukung. Pedoman wawancara disusun berdasarkan tiga indikator teori identitas sosial Henri Tajfel, yaitu kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Ketiga indikator tersebut digunakan untuk menggali pengalaman informan dalam memaknai *raw denim*, mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas, serta memahami keunikan kelompoknya dibandingkan kelompok lain. Pedoman observasi digunakan untuk mencatat interaksi, aktivitas, dan praktik penggunaan *raw denim* dalam komunitas. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperiksa menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai informan untuk menilai konsistensi data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kategorisasi Sosial: Raw Denim sebagai Penanda Batas Kelompok

Kategorisasi sosial adalah proses kognitif ketika individu menyederhanakan lingkungan sosialnya dengan mengelompokkan diri dan orang lain ke dalam kategori tertentu. Pada anggota *Rawclub* Jakarta, kategorisasi ini tidak dibangun dari kepemilikan barang, tetapi dari cara memahami dan memaknai raw denim. Temuan ini terlihat dalam tiga hal: cara anggota memahami *Rawclub* sebagai kelompok, kriteria yang dianggap mencirikan anggota, serta nilai tidak tertulis yang mengatur praktik bersama. Dalam teori identitas sosial, kategorisasi sosial merupakan langkah pertama pembentukan identitas. Tajfel (1978) menjelaskan bahwa manusia cenderung menyederhanakan dunia sosial yang kompleks dengan memilah orang ke dalam kategori. Kategori tersebut tidak hanya dipakai untuk memahami orang lain, tetapi juga untuk menentukan posisi diri: "saya termasuk kelompok mana" dan "siapa yang bukan bagian dari kami". Dari proses inilah lahir perbedaan antara kelompok dalam (*in-group*) dan kelompok luar (*out-group*). Dalam kajian komunikasi, kategori sosial tidak muncul dengan sendirinya, tetapi dibentuk dan dipelihara melalui simbol. Pakaian merupakan salah satu simbol nonverbal yang paling mudah terlihat untuk menandai kategori tersebut (Ardiansyah et al., 2025). Karena itu, pertanyaan analitis pada indikator ini adalah: kriteria apa yang dipakai anggota *Rawclub* untuk menyusun prototipe kelompoknya, dan bagaimana raw denim berperan sebagai penanda kategori tersebut.

Rawclub sebagai Wadah Kesamaan Minat dan Ruang Belajar

Seluruh informan memahami *Rawclub* sebagai kelompok yang terbentuk dari kesamaan minat terhadap raw denim. Namun, mereka menegaskan bahwa kelompok ini berkembang melampaui urusan celana. I3 menggambarkan pergeseran tersebut sebagai berikut:

"Rawclub merupakan ruang sosial yang mempertemukan orang dengan minat yang sama dan membentuk hubungan melalui komunikasi yang berlangsung di antara anggotanya. Awalnya memang kesamaannya hanya raw denim, tetapi setelah sering bertemu, berdiskusi, dan berbagi pengalaman, hubungan tersebut berkembang menjadi teman." (I3, 24 tahun)

Pandangan serupa disampaikan I4 yang melihat komunitas sebagai "ruang untuk belajar sekaligus berdiskusi", serta I2 yang menekankan adanya "rasa kebersamaan karena setiap anggota saling berbagi pengalaman, pengetahuan, dan cerita mengenai perjalanan denim". Kutipan ini menunjukkan bahwa raw denim berfungsi sebagai titik awal kategorisasi. Objek material menjadi alasan orang berkumpul, sedangkan komunikasi yang berulang mengubah kumpulan individu menjadi kelompok sosial yang bermakna.

Kriteria Keanggotaan: Pemahaman, Bukan Kepemilikan

Temuan paling menonjol pada indikator ini adalah kriteria yang dipakai anggota untuk mengategorikan "siapa kita". Para informan sepakat bahwa jumlah koleksi atau harga celana bukan penanda keanggotaan. I2 menyatakan:

"Seseorang bisa disebut sebagai anggota komunitas raw denim bukan karena dia memakai jeans yang mahal atau memiliki koleksi yang banyak, tetapi karena memiliki ketertarikan dan kemauan untuk memahami budaya di balik raw denim itu sendiri. Yang paling terlihat adalah mereka menikmati proses, bukan hanya hasil akhirnya." (I2, 22 tahun)

I4 memperkuat hal ini dengan menyebut bahwa seseorang "bisa cuman punya satu atau dua celana tetapi sangat memahami apa yang dia gunakan". Sementara itu, I1 dan I5 merinci bentuk pemahaman tersebut, yaitu minat mempelajari jenis bahan, ketebalan kain (oz), proses produksi, perawatan, hingga perubahan warna. Dengan demikian, kategori anggota dibangun dari modal pengetahuan dan orientasi pada proses.

Pembeda yang sama dipakai untuk mengategorikan kelompok luar (*out-group*). Pengguna denim biasa digambarkan sebagai orang yang memilih jeans berdasarkan model, merek, kenyamanan, atau tren. I2 menambahkan bahwa pengguna biasa cenderung

"menggantinya dengan yang baru" ketika bosan atau rusak. Sebaliknya, anggota komunitas memandang *fade* sebagai "hasil dari aktivitas dan kebiasaan pemakai" (I3). Di sini terlihat bahwa kategorisasi bekerja melalui dikotomi makna: denim sebagai pakaian fungsional di satu sisi, dan denim sebagai proses serta cerita di sisi lain.

Nilai Tidak Tertulis sebagai Norma Kelompok

Kategorisasi juga diperkuat oleh norma yang tidak tertulis tetapi dipahami bersama. Nilai yang paling sering disebut adalah menghargai proses. I2 menjelaskan bahwa nilai ini merupakan "*budaya yang berkembang dari pengalaman para anggota dan saling diwariskan kepada anggota baru*". Anggota tidak mengejar *fade* instan, karena yang lebih dihargai adalah pudar alami dari pemakaian sehari-hari. I5 menyebut kebiasaan praktis yang menyertainya, yaitu tidak terlalu sering mencuci denim agar pola pudar terbentuk dengan baik.

Norma kedua adalah saling menghargai dan tidak merasa paling benar. I3 menekankan pentingnya "*tidak meremehkan pilihan anggota lain apalagi yang masih baru dan masih belajar*", dan I4 menyebut adanya kebiasaan "*berbagi pengetahuan dan tidak merasa paling benar*". Informan kunci menegaskan bahwa norma ini dijaga secara sadar:

"Kami tidak ingin membangun komunitas yang terlalu eksklusif atau membuat anggota baru merasa takut untuk bertanya. Yang paling penting adalah adanya rasa saling menghargai, keterbukaan untuk berbagi pengetahuan, dan tidak merendahkan pilihan anggota lain." (IK, Pengelola)

Temuan diatas sejalan dengan pandangan Tajfel dan Turner (1979) bahwa kategorisasi memberi individu kerangka untuk menempatkan diri dalam struktur sosial. Bedanya, kategori pada *Rawclub* tidak ditandai oleh atribut visual yang seragam, seperti pada komunitas Vespa Bengkulu Bersatu yang memakai simbol dan gaya berpakaian khas (Ardito et al., 2026). Kategori *Rawclub* justru ditandai oleh sesuatu yang tidak kasatmata, yaitu pengetahuan dan sikap terhadap proses. *Raw* denim memang menjadi simbol yang terlihat, tetapi makna yang membuatnya menjadi penanda kelompok baru dapat dibaca oleh orang yang memahami bahasa komunitas.

Hal ini menegaskan pandangan konstruktivis bahwa makna tidak melekat secara alamiah pada objek (Qorib et al., 2023). Sepasang *raw* denim yang dipakai oleh orang di luar komunitas hanyalah celana. Di tangan anggota *Rawclub*, celana yang sama menjadi tanda keanggotaan karena disertai pemahaman tentang bahan, perawatan, dan *breaking in* yang dibangun melalui interaksi kelompok. Kategorisasi yang inklusif ini juga menjadi ciri khas *Rawclub*: batas kelompok ada, tetapi bersifat terbuka bagi siapa pun yang mau belajar.

Jika dibaca dengan konsep prototipe, temuan ini menunjukkan bahwa prototipe anggota *Rawclub* bersifat ideasional, bukan material. Anggota ideal digambarkan sebagai orang yang "*menikmati proses, bukan hanya hasil akhirnya*" (I2), memahami bahan dan perawatan, serta mau berbagi. Ciri fisik seperti merek, harga, atau jumlah koleksi justru secara eksplisit dikeluarkan dari prototipe. Akibatnya, depersonalisasi di *Rawclub* tidak mengarah pada keseragaman penampilan, melainkan pada keseragaman sikap. Anggota boleh memakai denim yang berbeda dan menghasilkan *fade* yang berbeda, tetapi mereka berbagi cara pandang yang sama terhadap proses.

Efek aksentuasi juga terlihat, meskipun dalam bentuk yang lunak. Informan memperjelas perbedaan dengan pengguna denim biasa melalui pasangan makna yang kontras: tren versus proses, penampilan versus cerita, mengganti versus merawat. Pasangan makna ini berfungsi sebagai peta kognitif yang membantu anggota memahami posisi kelompoknya. Namun, aksentuasi tersebut tidak disertai penilaian negatif, sehingga perbedaan dipahami sebagai perbedaan orientasi, bukan perbedaan derajat.

Temuan ini juga memperlihatkan bahwa batas kategori di *Rawclub* bersifat permeabel atau dapat ditembus. Dalam kerangka Tajfel dan Turner

batas kelompok yang permeabel memungkinkan individu berpindah kategori melalui usaha pribadi. Di *Rawclub*, "usaha" tersebut adalah kemauan untuk belajar. Siapa pun yang mulai memahami bahan, merawat denim, dan menghargai proses dapat masuk ke dalam kategori anggota. Kondisi ini dijaga secara sadar oleh pengelola melalui norma inklusif, sehingga kategorisasi berfungsi sebagai pintu masuk, bukan pagar pembatas.

Identifikasi Sosial: Internalisasi Nilai Komunitas ke dalam Konsep Diri

Identifikasi sosial adalah tahap ketika individu tidak hanya tahu bahwa ia termasuk dalam suatu kelompok, tetapi juga mengadopsi identitas kelompok tersebut sebagai bagian dari dirinya. Pada anggota *Rawclub* Jakarta, identifikasi tampak dalam empat bentuk: rasa diterima, keterlibatan dalam aktivitas, penerapan nilai komunitas dalam kehidupan sehari-hari, dan penggunaan *raw* denim sebagai ekspresi diri. Tajfel (1978) mendefinisikan identitas sosial sebagai bagian dari konsep diri individu yang berasal dari pengetahuannya tentang keanggotaan dalam suatu kelompok, disertai nilai dan makna emosional yang melekat pada keanggotaan tersebut. Definisi ini menunjukkan bahwa identifikasi tidak cukup hanya dengan "tahu" sebagai anggota. Individu juga perlu menilai keanggotaan itu sebagai sesuatu yang berharga dan merasakan keterikatan emosional terhadapnya. Dalam perspektif komunikasi kelompok, identifikasi tumbuh melalui interaksi yang berulang. Anggota baru mempelajari norma, istilah, dan cara pandang kelompok dari anggota lama, lalu secara bertahap menjadikannya bagian dari diri (Putra Pratama et al., 2025). Dengan demikian, pertanyaan analitis pada indikator ini adalah sejauh mana nilai-nilai yang melekat pada *raw* denim berpindah dari tingkat kelompok ke tingkat diri pribadi anggota.

Rasa Diterima sebagai Pintu Masuk Identifikasi

Kesamaan minat menjadi alasan awal informan bergabung, tetapi rasa diterima menjadi alasan mereka bertahan. I2 dan I3 sama-sama mengaku belum banyak memahami *raw* denim ketika pertama bergabung. Namun, sikap anggota lama yang terbuka membuat mereka merasa menjadi bagian dari kelompok.

"Ketika ikut berdiskusi di grup dan datang ke beberapa gathering, saya merasa diterima dengan baik. Anggota yang sudah lebih berpengalaman tidak membedakan anggota baru dan mau berbagi ilmu maupun pengalaman dengan terbuka." (I2, 22 tahun)

I4 menyebut bahwa yang membuatnya bertahan adalah *"interaksi yang terbentuk setelah bergabung"*, karena ia dapat berdiskusi dengan anggota yang memahami bahan, sejarah, maupun pengalaman memakai denim bertahun-tahun. I5 pun merasa tetap menjadi bagian komunitas meskipun *"tidak terlalu menguasai semua hal tentang raw denim"*. Temuan ini menunjukkan bahwa identifikasi di *Rawclub* tidak menuntut keahlian, melainkan tumbuh dari pengalaman diterima dan dilibatkan. Informan kunci menjelaskan bahwa proses ini berlangsung melalui pembelajaran sosial dari anggota lama kepada anggota baru:

"Anggota baru biasanya belajar dari anggota yang lebih lama melalui diskusi, sharing mengenai denim, pengalaman memakai jeans, hingga kegiatan bersama. Bagi kami, pengetahuan tentang raw denim tidak hanya disampaikan secara teori, tetapi juga melalui pengalaman langsung." (IK, Pengelola)

Keterlibatan Luring dan Daring

Seluruh informan menyatakan cukup aktif dalam kegiatan komunitas, meskipun kehadiran mereka menyesuaikan dengan pekerjaan dan kuliah. Bentuk keterlibatan meliputi *gathering*, diskusi, serta interaksi melalui WhatsApp dan Instagram. Menariknya, informan memaknai keterlibatan secara luas. I3 menyatakan bahwa keterlibatan diukur dari *"seberapa jauh kita ikut membangun komunikasi di dalam komunitas"*, bukan hanya frekuensi hadir. I4 menambahkan bahwa *"berbagi informasi atau pengalaman melalui media online juga merupakan bentuk partisipasi"*.

Pola ini memperlihatkan bahwa komunikasi kelompok di *Rawclub* berlangsung di dua ruang yang saling melengkapi. Pertemuan tatap muka mempererat hubungan, sedangkan ruang daring menjaga kesinambungan interaksi, melalui berbagi foto kondisi denim, menjawab pertanyaan anggota baru, dan menyebarkan informasi perawatan. Informan kunci menegaskan bahwa "diskusi, berbagi pengalaman, foto, informasi, dan cerita mengenai denim" menjadi cara anggota mempertahankan identitas komunitas.

Nilai Komunitas yang Diterapkan dalam Kehidupan Sehari-hari

Bukti paling kuat dari identifikasi sosial adalah ketika nilai kelompok keluar dari konteks komunitas dan diterapkan dalam kehidupan pribadi. Kelima informan menyebut nilai yang hampir sama: kesabaran, konsistensi, dan menghargai proses. I3 menyatakan:

"Raw denim mengajarkan bahwa hasil tidak bisa dipaksakan dalam waktu singkat. Kita harus menjalani prosesnya. Hal tersebut saya rasakan juga dalam kehidupan sehari-hari. Saya menjadi lebih terbiasa melihat sesuatu sebagai proses yang membutuhkan waktu daripada selalu ingin mendapatkan hasil cepat." (I3, 24 tahun)

I2 bahkan menyebut bahwa nilai itu *"tanpa sadar saya terapkan juga dalam pekerjaan"*. Selain itu, muncul nilai kedua, yaitu merawat barang yang dimiliki. I2 mengaku sebelumnya cenderung membeli barang baru ketika barang lama mulai usang, tetapi kini memandang barang yang dirawat sebagai sesuatu yang *"memiliki nilai dan cerita tersendiri"*. I4 dan I5 juga menyatakan *"tidak lagi merasa harus mengganti barang hanya karena ada model baru"*. Dengan kata lain, cara pandang anggota terhadap konsumsi ikut berubah.

Raw Denim sebagai Medium Ekspresi Diri

Identifikasi juga terlihat dari cara informan memakai *raw* denim untuk mengekspresikan siapa diri mereka. I1 menyebut bahwa setiap celana memiliki perubahan warna dan pola yang berbeda sesuai kebiasaan pemakainya, sehingga *"raw denim jadi terasa lebih personal dan mencerminkan pengalaman pemakainya"*. I3 menegaskan keunikan tersebut:

"Saya tidak mempermasalahkan apakah fading saya sama dengan orang lain. Justru saya lebih suka ketika hasilnya berbeda karena itu hasil melalui aktivitas saya sendiri." (I3, 24 tahun)

I2 menceritakan perjalanannya sejak SMA hingga bergabung dengan komunitas saat kuliah. Setelah memahami cara pemakaian *raw* denim, ia merasa denimnya menjadi *"berkarakter sesuai sama kaki sendiri"*, yang membantunya mengekspresikan diri baik dalam *gathering* maupun di Instagram. Sementara itu, I4 dan I5 menggunakan *raw* denim untuk menunjukkan karakter yang sederhana dan tidak mudah mengikuti tren. I4 juga mencatat bahwa *raw* denim adalah *"salah satu bentuk ekspresi diri, tetapi bukan satu-satunya"*, yang menunjukkan bahwa identitas sosial ini hidup berdampingan dengan identitas lain yang dimiliki informan.

Temuan ini memperlihatkan bahwa identifikasi sosial pada *Rawclub* mencakup dimensi kognitif, afektif, dan perilaku. Secara kognitif, anggota memahami nilai kelompok. Secara afektif, mereka merasa diterima dan terikat. Secara perilaku, mereka menerapkan nilai itu dalam pekerjaan, pola konsumsi, dan cara berpakaian. Hal ini sesuai dengan pandangan bahwa identitas seseorang tidak hanya dibentuk oleh karakteristik pribadi, tetapi juga oleh keanggotaannya dalam kelompok sosial (Mu'adzah, 2025).

Proses pembelajaran dari anggota lama kepada anggota baru juga sejalan dengan temuan pada komunitas Edan Sepur, ketika identitas anggota dikonstruksi melalui pewarisan pengetahuan dan pemakaian simbol bersama (Putra Pratama et al., 2025). Namun, *Rawclub* memiliki kekhasan karena objek simbolnya ikut berubah bersama pemakainya. Proses *breaking in* membuat identifikasi sosial tercetak secara harfiah pada kain. Setiap garis pudar menjadi bukti kesabaran yang diajarkan komunitas, sehingga celana tersebut berfungsi sebagai catatan biografis sekaligus tanda keanggotaan. Temuan ini juga mendukung temuan Ardiansyah et al.,

(2025) bahwa busana menjadi media simbolik bagi individu untuk memproyeksikan dan membentuk konsep dirinya.

Jika dipetakan ke dalam tiga dimensi identifikasi, data informan memperlihatkan pola yang lengkap. Dimensi kognitif tampak dari kesadaran informan sebagai bagian dari kelompok yang "*mempunyai nilai dan minat yang sama*" (I3). Dimensi evaluatif tampak dari penilaian positif terhadap budaya berbagi dan kualitas pengetahuan anggota, yang juga menjadi sumber kebanggaan. Dimensi afektif tampak dari rasa diterima, rasa solid, dan pertemanan yang membuat informan bertahan. Ketiga dimensi ini saling menguatkan, sehingga identifikasi yang terbentuk tidak dangkal.

Temuan penting lainnya adalah urutan munculnya dimensi tersebut. Pada awalnya informan bergabung karena alasan kognitif, yaitu kesamaan minat dan kebutuhan informasi. Identifikasi baru menguat ketika dimensi afektif hadir melalui pengalaman diterima oleh anggota lama. Artinya, perlakuan komunikatif anggota lama terhadap anggota baru menjadi faktor penentu apakah seseorang sekadar "ikut" atau benar-benar "menjadi bagian" dari *Rawclub*. Internalisasi nilai dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan bahwa norma kelompok telah menjadi standar pribadi. Nilai "menghargai proses" yang semula merupakan norma tentang cara memakai denim, kini dipakai informan untuk memandang pekerjaan, waktu, dan konsumsi. Dalam kerangka Hogg, M. A., & Abrams (1988), kondisi ini menandakan bahwa identitas sosial telah aktif membentuk perilaku di luar konteks kelompok. *Raw* denim menjadi penguat sehari-hari atas nilai tersebut, karena setiap kali dikenakan, celana itu menghadirkan kembali makna kesabaran yang dipelajari di komunitas.

Pernyataan I4 bahwa *raw* denim adalah "*salah satu bentuk ekspresi diri, tetapi bukan satu-satunya*" juga relevan secara teoretis. Turner et al. (1987) menjelaskan bahwa individu memiliki banyak identitas sosial yang kemunculannya bergantung pada situasi. Identitas sebagai anggota *Rawclub* paling menonjol ketika informan berada di *gathering* atau berbagi di media sosial komunitas, dan lebih tersirat ketika mereka berada di lingkungan kerja atau kampus. Meski demikian, nilai yang diinternalisasi tetap terbawa ke berbagai situasi tersebut.

Perbandingan Sosial: Distingsi Positif tanpa Merendahkan Kelompok Lain

Dalam teori identitas sosial, perbandingan sosial adalah proses ketika individu membandingkan kelompoknya (*in-group*) dengan kelompok lain (*out-group*) untuk memperoleh distingsi positif, yaitu rasa bahwa kelompoknya memiliki keunikan dan nilai lebih. Tajfel dan Turner (1979) menjelaskan bahwa proses ini sering memicu favoritisme terhadap kelompok sendiri. Pada *Rawclub* Jakarta, perbandingan sosial memang terjadi, tetapi dengan pola yang khas: anggota menegaskan perbedaan makna tanpa menempatkan kelompok lain lebih rendah. Tajfel dan Turner (1979) berangkat dari asumsi bahwa setiap individu ingin memiliki konsep diri yang positif. Karena sebagian konsep diri berasal dari keanggotaan kelompok, individu terdorong untuk menilai kelompoknya secara positif. Penilaian tersebut hanya dapat dilakukan melalui perbandingan dengan kelompok lain yang relevan. Hasil yang diharapkan dari perbandingan ini disebut distingsi positif (*positive distinctiveness*), yaitu keyakinan bahwa kelompok sendiri berbeda dan lebih bernilai pada dimensi tertentu.

Keunikan Komunitas: Hubungan antara Produk, Orang, dan Waktu

Ketika diminta membandingkan *Rawclub* dengan komunitas *fashion* lain, seluruh informan menunjuk pada hal yang sama: komunitas lain berfokus pada tren dan koleksi terbaru, sedangkan *Rawclub* berfokus pada perjalanan pemakaian. I4 merumuskannya secara ringkas:

"Keunikannya terletak pada hubungan antara produk, orang, dan waktu. Di komunitas raw denim, waktu menjadi bagian dari nilai produk. Semakin lama digunakan, denim justru bisa menjadi semakin personal karena terbentuk berdasarkan aktivitas penggunanya." (I4, 23 tahun)

I3 menambahkan bahwa dalam komunitas *fashion* lain, barang dianggap menarik karena baru, sedangkan dalam *raw* denim, celana yang sudah dipakai bertahun-tahun justru bisa bernilai lebih tinggi "karena memiliki sejarah pemakaian". I2 dan I5 juga menekankan bahwa dua orang yang memakai merek dan bahan yang sama tetap akan menghasilkan pola pudar yang berbeda. Logika ini membalik nilai dalam budaya mode arus utama. Jika tren menghargai kebaruan, *Rawclub* menghargai usia dan jejak pemakaian. Inilah sumber distingsi positif yang membuat anggota merasa kelompoknya unik.

Perbedaan Nilai dengan Pengguna Denim Berbasis Tren

Informan menggambarkan perbedaan dengan pengguna berbasis tren melalui cara memaknai denim. Anggota *Rawclub* melihat denim sebagai hobi, proses, dan bentuk apresiasi terhadap kualitas serta *craftsmanship* (I2). Sebaliknya, pengguna berbasis tren lebih tertarik pada bentuk dan warna yang sedang populer. I3 memberikan contoh konkret:

"Ketika ada model denim yang lagi ngetren, pengguna yang mengikuti tren tertarik karena bentuk atau warnanya. Sementara anggota komunitas lebih mempertanyakan bahan, bagaimana denim tersebut akan jadi setelah digunakan, dan bagaimana cara merawatnya. Tetapi saya tidak melihat perbedaan tersebut sebagai sesuatu yang membuat satu kelompok lebih baik." (I3, 24 tahun).

Kalimat penutup I3 merupakan temuan penting. Hal yang sama disampaikan I4, "perbedaannya bukan pada siapa yang lebih baik", dan I5, "keduanya tidak ada yang salah". Para informan menyadari adanya perbedaan, tetapi menolak menjadikannya hierarki.

Sikap terhadap Kelompok Luar: Wajar dan Terbuka

Sikap terhadap orang yang memakai denim tanpa memahami konsep *raw* denim menunjukkan pola yang seragam. Seluruh informan menilai hal tersebut sebagai sesuatu yang wajar. I4 menyatakan bahwa tidak semua orang perlu memahami istilah seperti *fade*, *selvedge*, *sanforized*, atau *breaking in* untuk memakai jeans. I2 bahkan melihat kelompok luar sebagai calon anggota:

"Saya merasa kami tidak pernah menganggap orang yang belum memahami raw denim sebagai sesuatu yang negatif. Justru kami melihatnya sebagai kesempatan untuk berbagi pengetahuan jika mereka memang tertarik untuk belajar." (I2, 22 tahun)

Sikap inklusif ini juga berlaku di tingkat antarkomunitas. Informan kunci menyatakan bahwa *Rawclub* "tidak melihat komunitas lain sebagai kompetitor, karena setiap komunitas memiliki karakter dan pendekatan yang berbeda".

Kebanggaan Kolektif yang Berbasis Pengalaman

Seluruh informan mengaku bangga menjadi anggota *Rawclub* Jakarta. Namun, sumber kebanggaan itu bukan status eksklusif, melainkan budaya berbagi dan pertemanan. I2 dan I4 secara eksplisit menolak anggapan bahwa kebanggaan mereka berasal dari rasa lebih tinggi:

"Ya, saya merasa bangga menjadi anggota Rawclub. Tapi bukan karena merasa menjadi bagian dari kelompok yang lebih tinggi dibandingkan pengguna denim lainnya. Rasa bangganya karena komunitas ini punya banyak anggota dengan pengetahuan yang luas dan mau berbagi." (I4, 23 tahun)

I3 menyebut bahwa kebanggaannya datang dari "pengalaman yang saya dapatkan selama berada di dalam komunitas", sedangkan I5 menekankan bahwa komunitas ini "tidak hanya membicarakan barang, tetapi juga membangun pertemanan". Dengan demikian, harga diri kolektif anggota bersumber dari kualitas relasi internal, bukan dari merendahkan pihak luar.

Temuan ini memperkaya teori identitas sosial. Tajfel dan Turner (1979) menyatakan bahwa individu berusaha mempertahankan identitas sosial yang positif melalui perbandingan yang menguntungkan kelompoknya, yang sering disertai bias terhadap kelompok luar. Pada *Rawclub*, distingsi positif tetap terbentuk, tetapi diperoleh melalui perbedaan dimensi nilai,

bukan melalui penilaian lebih baik atau lebih buruk. Anggota memilih dimensi perbandingan yang mereka anggap bermakna, yaitu proses, waktu, dan cerita, lalu merasa unik di dimensi tersebut tanpa merendahkan pengguna denim lain.

Pola ini serupa dengan komunitas Vespa Bengkulu Bersatu yang memandang kelompoknya unik dan berbeda (Ardito et al., 2026) serta komunitas *sneakers* Surabaya yang memaknai mode sebagai pembeda gaya hidup (Manggala & Sahrub, 2021). Perbedaannya, *Rawclub* secara sadar menjaga perbandingan agar tidak menjadi eksklusivisme. Norma "tidak merasa paling tahu" yang dijaga oleh pengelola berfungsi sebagai pengendali agar perbandingan sosial tidak berubah menjadi konflik antar kelompok. Batas kelompok dibiarkan terbuka sehingga *out-group* dipandang sebagai calon *in-group*.

Secara teoretis, pola perbandingan di *Rawclub* paling tepat dijelaskan sebagai strategi kreativitas sosial. Dalam budaya mode arus utama, nilai sebuah pakaian diukur dari kebaruan, kepopuleran, dan kesesuaian dengan tren. Pada dimensi ini, pemakai celana lama yang pudar tidak akan tampak unggul. Anggota *Rawclub* tidak bersaing di dimensi tersebut, tetapi menggeser dimensi perbandingan ke waktu, proses, dan cerita. Mereka bahkan memberi makna baru pada ciri yang biasanya dianggap kekurangan. Warna yang pudar, lipatan yang membekas, dan celana yang sudah bertahun-tahun dipakai justru dimaknai sebagai tanda nilai.

Strategi ini menjelaskan mengapa perbedaan positif dapat diperoleh tanpa merendahkan kelompok lain. Karena dimensi yang dipakai berbeda, anggota tidak perlu menyatakan bahwa pengguna denim berbasis tren "salah" atau "lebih rendah". Mereka cukup menyatakan bahwa kelompoknya menghargai hal yang berbeda. Kalimat "*keduanya tidak ada yang salah*" (I5) dan "*perbedaannya bukan pada siapa yang lebih baik*" (I4) merupakan wujud konkret dari strategi tersebut.

Sumber kebanggaan informan juga menguatkan analisis ini. Harga diri kelompok tidak dibangun dari status sosial atau eksklusivitas, tetapi dari kualitas relasi di dalam kelompok, seperti budaya berbagi, kedalaman pengetahuan, dan pertemanan. Dengan kata lain, evaluasi positif terhadap kelompok lebih banyak bersumber dari dalam (*intragroup*) daripada dari perbandingan dengan kelompok luar (*intergroup*). Hal ini, ditambah batas kelompok yang terbuka, membuat potensi bias antarkelompok sebagaimana diprediksi (Tajfel, H., & Turner, 1979) dapat diredam.

Raw Denim sebagai Simbol Identitas dalam Konstruksi Diri

Ketiga komponen identitas sosial di atas tidak berjalan terpisah. Ketiganya membentuk satu siklus yang menjelaskan bagaimana sepasang celana mentah berubah menjadi simbol identitas. Bagian ini menyintesis temuan untuk menjawab rumusan masalah secara utuh. Makna simbolik baru muncul setelah informan bergabung dan berinteraksi di dalam komunitas. Istilah khas seperti *fade*, *selvedge*, dan *breaking in*, praktik berbagi foto, serta diskusi perawatan memberi anggota bahasa bersama untuk membaca makna di balik selebar kain. Hal ini sejalan dengan (Dewi et al., 2025) bahwa interaksi komunitas tidak hanya menjadi sarana pertukaran informasi, tetapi juga membentuk hubungan sosial dan rasa tanggung jawab di antara anggotanya. Berdasarkan temuan, raw denim memiliki tiga lapis makna bagi anggota *Rawclub* Jakarta.

- a) Simbol perjalanan personal. Informan memaknai *fade* sebagai "*dokumentasi perjalanan harian*" (I3) dan "*pengingat aktivitas, tempat, dan momen*" (I2). I4 menyebutnya sebagai "*jejak penggunaan*". Pada lapis ini, raw denim berfungsi sebagai catatan biografis yang tercetak pada kain.
- b) Simbol nilai dan karakter. Raw denim mewakili karakter yang sabar, konsisten, sederhana, dan autentik. Ketika ditanya kesan yang ingin dikomunikasikan, I1 dan I5 sama-sama menyebut "*sederhana, autentik, dan punya karakter*", sedangkan I2 ingin menunjukkan bahwa ia "*menghargai kualitas, proses, dan keaslian*".

- c) Simbol keanggotaan kelompok. *Raw* denim menandai keterikatan pada komunitas yang memiliki nilai dan minat yang sama. I3 menyatakan bahwa komunitas "*memberikan identitas sosial karena saya merasa menjadi bagian dari kelompok yang mempunyai nilai dan minat yang sama*".

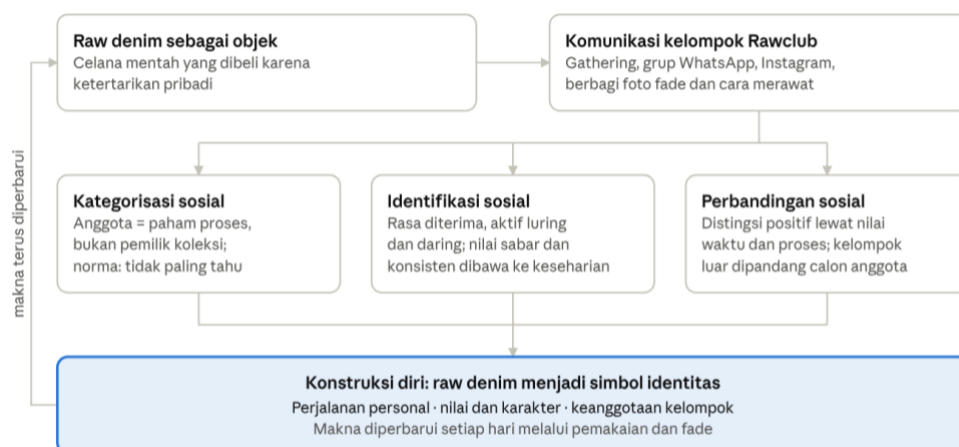
Ketiga lapis ini saling menguatkan. Pengalaman personal memberi isi pada simbol, nilai kelompok memberi arah pada maknanya, dan keanggotaan komunitas memberi pengakuan sosial atas makna tersebut. Temuan yang menarik adalah cara anggota mengomunikasikan identitas melalui *raw* denim. Sebagian besar informan menyatakan tidak berniat memamerkan atau menarik perhatian. Meski demikian, mereka tetap berharap orang menangkap kesan tertentu, yaitu pribadi yang menghargai proses dan tidak mudah mengikuti tren sesaat. Dalam perspektif komunikasi nonverbal, pola ini dapat disebut sebagai komunikasi identitas yang tersirat. Pesan tidak disampaikan melalui logo besar atau atribut seragam, tetapi melalui pola pudar yang hanya bisa dibaca sepenuhnya oleh orang yang memahami kode komunitas. Di hadapan sesama anggota, *fade* adalah pesan yang jelas tentang kesabaran dan konsistensi. Di hadapan masyarakat umum, *raw* denim tampil sebagai gaya sederhana yang tidak terikat tren.

Tabel 1. Ringkasan Temuan berdasarkan Indikator Teori Identitas Sosial

Indikator	Temuan Utama	Makna Raw Denim
Kategorisasi sosial	Anggota dikategorikan berdasarkan pemahaman dan orientasi pada proses, bukan jumlah atau harga koleksi; norma tidak tertulis berupa menghargai proses dan tidak merasa paling tahu	Penanda batas kelompok yang terbuka bagi siapa pun yang mau belajar
Identifikasi sosial	Rasa diterima, keterlibatan luring dan daring, serta penerapan nilai sabar, konsisten, dan merawat barang dalam kehidupan sehari-hari	Medium ekspresi diri dan catatan biografis yang personal
Perbandingan sosial	Distingsi positif melalui nilai waktu dan proses; kelompok luar dipandang wajar dan sebagai calon anggota; kebanggaan bersumber dari budaya berbagi	Simbol pembeda nilai dari budaya tren, tanpa hierarki

Sumber: Hasil analisis peneliti, 2026

Gambar dibawah ini menunjukkan bahwa *raw* denim baru bermakna sebagai simbol identitas setelah melewati komunikasi kelompok dan tiga proses identitas sosial. Panah balik menandakan bahwa makna tersebut terus diperbarui, karena setiap pemakaian menambah jejak pudar pada kain.



Gambar 2. Model konstruksi diri anggota Rawclub Jakarta

Sumber: Peneliti, 2026

Temuan ini menjawab rumusan masalah bahwa *raw denim* menjadi simbol identitas melalui proses konstruksi sosial yang berlangsung dalam komunikasi kelompok. *Raw denim* tidak membawa makna identitas sejak dibeli. Maknanya dibangun ketika anggota mengategorikan diri sebagai pemakai yang memahami proses, menginternalisasi nilai kesabaran dan konsistensi, serta menegaskan keunikan kelompoknya dibandingkan budaya tren. Hasil ini menguatkan pandangan konstruktivis bahwa citra diri merupakan hasil konstruksi sosial yang dibentuk oleh persepsi dan interaksi dengan orang lain (Qorib et al., 2023).

Kebaruan penelitian ini terletak pada sifat *raw denim* sebagai simbol yang "hidup". Pada komunitas Vespa (Ardito et al., 2026), *sneakers* (Manggala & Sahrub, 2021), atau modifikasi motor (Soeod, 2025), objek material umumnya bernilai karena keasliannya, kelangkaannya, atau modifikasinya. Pada *Rawclub*, nilai simbolik justru bertambah seiring waktu pemakaian. Akibatnya, konstruksi identitas tidak berhenti pada saat seseorang bergabung, tetapi terus berlangsung setiap hari dan tercetak secara fisik pada kain. Identitas sosial anggota menjadi sesuatu yang dapat dilihat, diraba, dan diceritakan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa perbandingan sosial tidak selalu menghasilkan bias atau konflik antarkelompok. Norma inklusif yang dijaga pengelola membuat *Rawclub* mampu membangun perbedaan positif tanpa eksklusivisme. Hal ini menjadi catatan penting bagi kajian identitas sosial pada komunitas hobi di Indonesia, bahwa identitas kelompok yang kuat dapat tumbuh berdampingan dengan sikap terbuka terhadap kelompok lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *raw denim* tidak hanya berfungsi sebagai produk, tetapi juga menjadi simbol identitas diri bagi anggota komunitas *Rawclub* Jakarta. Konstruksi identitas tersebut berlangsung melalui tiga komponen teori identitas sosial Henri Tajfel, yaitu kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Kategorisasi sosial terbentuk melalui kesamaan minat dan pemahaman terhadap *raw denim*. Identifikasi sosial terlihat dari internalisasi nilai kesabaran dan konsistensi dalam proses penggunaan serta perawatan denim. Sementara itu, perbandingan sosial memperkuat pemahaman anggota terhadap karakteristik dan keunikan komunitas tanpa harus merendahkan kelompok lain. Dengan demikian, perubahan fisik *raw denim* melalui pola pemudaran (*fade*) dan jejak pemakaian memperoleh makna personal sekaligus sosial melalui interaksi antaranggota komunitas.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, ruang lingkup penelitian hanya berfokus pada komunitas *Rawclub* Jakarta sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan proses konstruksi identitas pada komunitas *raw denim* di kota lain atau komunitas *fashion* dengan karakteristik berbeda. Kedua, penelitian melibatkan enam informan, yang terdiri atas lima anggota komunitas dan satu informan kunci, dengan rentang usia 20–24 tahun. Komposisi tersebut membatasi keragaman perspektif berdasarkan usia, pengalaman, dan latar belakang sosial. Ketiga, penelitian lebih berfokus pada perspektif anggota komunitas (*in-group*) dan belum mengkaji secara mendalam pandangan kelompok di luar komunitas (*out-group*) terhadap penggunaan *raw denim* serta identitas yang dibangun oleh anggota *Rawclub*.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan melakukan studi komparatif terhadap komunitas *raw denim* di beberapa kota untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan proses konstruksi identitas berdasarkan lingkungan sosial dan budaya komunitas. Peneliti berikutnya juga dapat menggunakan metode etnografi digital untuk mengamati interaksi anggota melalui media sosial, termasuk pertukaran simbol, penggunaan istilah khas, dan pemaknaan terhadap pola *fade*. Selain itu, pendekatan kuantitatif dapat digunakan untuk menguji hubungan antara

identifikasi kelompok, nilai yang dianut anggota, dan perilaku konsumsi berkelanjutan, seperti durasi penggunaan pakaian serta kecenderungan merawat dan mempertahankan produk dalam jangka panjang. Penelitian mendatang juga dapat melibatkan kelompok di luar Rawclub untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana identitas komunitas dipersepsikan oleh masyarakat.

Kontribusi Author

Semua Penulis bertanggung jawab atas keseluruhan proses penelitian, mulai dari konseptualisasi, penentuan kerangka teori, perancangan metode, pengumpulan data, analisis dan interpretasi temuan, hingga penyusunan naskah artikel. Penulis pertama berkontribusi pada temuan konsep utama dalam penelitian ini yang kemudian didukung dan dibantu penuh dengan penulis kedua serta ketiga untuk menyusun naskah penelitian ini dari awal hingga akhir.

REFERENSI

- Ardiansyah, M. R., Mustiawan, & Tiara, A. (2025). The Psychology of Communication in Constructing the Self-Concept of Crossdressing Cosplayers. *Journal of Communication Studies*, 5(2), 120–130. <https://doi.org/10.37680/jcs.v5i2.7699>
- Ardito, T., Sari, S., & Putra, D. (2026). Analisis Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Vespa Bengkulu Bersatu Dalam Membentuk Identitas Sosial. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 5(1), 677–684. <https://doi.org/10.37676/mude.v5i1.10033>
- Benedicta, F., & Paramita, A. C. (2022). Fashion sebagai Identitas Masyarakat Urban pada Konten Youtube Yoshiolo. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(2), 220–240. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i2.6117>
- Cano, K., & Sklar, M. (2024). PunkTok: Identity and dressing the part. *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 15(2), 221–243. https://doi.org/10.1386/csfb_00079_1
- Dewi, M. K., Yuliani, M., & Praptiningsih, N. A. (2025). Community Empowering Untuk Peningkatan Perekonomian Dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Umkm Pt Pln (Persero) Uit Jbb Di Kota Depok. *Hudan Lin Naas: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.28944/hudanlinnaas.v6i1.2101>
- Hanandita, T. (2022). Pemakaian Merek Fast Fashion sebagai Representasi Identitas Diri. *BHUMIDEVI: Journal of Fashion Design*, 2(1), 38–44. <https://doi.org/10.59997/bhumidevi.v2i1.1508>
- Hogg, M. A., & Abrams, D. (1988). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. Routledge.
- kartika, d. g. (2023). kajian literatur pembentukan identitas fashion remaja indonesia melalui k-wave. *jurnal ilmu politik dan komunikasi*, 13(2), 82–100. <https://doi.org/10.34010/jipsi.v13i2.10976>
- Manggala, S., & Sahrub, P. (2021). Pemaknaan fashion: Studi gaya hidup pada komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya The use of fashion: Study of lifestyle in the Indonesian Sneakers Team Surabaya community. *Journal Sosiologi Dialektika*, 14(2), 103–110.
- Mu'adzah, H. A. (2025). Teori Identitas Sosial dalam Konteks Media Sosial: Systematic Literature Review tentang Pembentukan In-group dan Out-group di Era Digital. *TSAQOFAH*, 6(2), 1679–1690. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v6i2.8610>
- Nur'aini, R. D. (2021). penerapan metode studi kasus yin dalam penelitian arsitektur dan perilaku. *inersia: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Putra Pratama, D., Salim, R. F., & Zakiyuddin, A. (2025). Realitas Railfans Pada Komunitas Edan Sepur Wilayah 2 Bandung. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 9(11), 2246–6111.
- Putri, N., & Fadhilah. (2024). *Simak Pilihan Fashion Anak Muda Indonesia 2024*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/simak-pilihan-fashion-anak-muda-indonesia-uvo3N>

- Qorib, F., Oktarina, R. A., & Ermelinda, J. J. (2023). Penggunaan Busana Sebagai Bentuk Ekspresi dan Identitas Mahasiswa di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 236–251.
- Siti Romdona, Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). teknik pengumpulan data: observasi, wawancara dan kuesioner. *jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/10.61787/taceee75>
- Sklar, M., Brewster, M. L., & Whitley, B. (2022). Adjusting standard retail practices for nonstandard consumers: How punk and subcultural fashion boutiques find success and build community. *Fashion, Style & Popular Culture*. https://doi.org/10.1386/fspc_00131_1
- Soeod, A. B. L. (2025). Pertukaran Sosial Di Kalangan Penghobi Modifikasi Motor Di Jakarta Selatan. *Socio-Political Communication and Policy Review*, 2(3). <https://doi.org/10.61292/shkr.237>
- Tajfel, H. (1978). Social categorization, social identity and social comparison. Dalam H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations* (hlm. 61–76). Academic Press.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. Dalam W. G. Austin & S. Worchel (Ed.), *The social psychology of intergroup relations* (hlm. 33–47). Brooks/Cole.
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>