

## FENOMENA MOSHION SEBAGAI GAYA HIDUP SEHAT NAN MODIS PADA MASYARAKAT URBAN

**Melli Tiani\*Okzannuba Defrin Ardinta\*Tri Puspita Ningrum\* Lydia Monica  
Stefany \*Naufal Rafif Ramadhan**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian  
Bogor, Indonesia

### Correspondence

Email: [tianimelli@apps.ipb.ac.id](mailto:tianimelli@apps.ipb.ac.id)  
[okzannubadefrin@apps.ipb.ac.id](mailto:okzannubadefrin@apps.ipb.ac.id)  
[tripuspitaningrum@apps.ipb.ac.id](mailto:tripuspitaningrum@apps.ipb.ac.id)  
[lydiamonica@apps.ipn.ac.id](mailto:lydiamonica@apps.ipn.ac.id)  
[naufalrafif2001ramadhan@apps.ipb.ac.id](mailto:naufalrafif2001ramadhan@apps.ipb.ac.id)

No. Telp:

Submitted 28 desember 2023

Accepted 2 Januari 2024

Published 3 Januari 2024

### ABSTRACT

*Wearing masks in the post-pandemic era is considered an urgency due to various health threats. However, this habit has declined since the pandemic subsided. The campaign to wear masks, which is mainly through health education, is considered ineffective, so a new approach is needed to restore the habit of wearing masks. This research aims to identify and analyze the perceptions and factors that influence the habit of wearing masks in urban communities. This research uses a mixed methods approach, using quantitative methods through distributing questionnaires to 115 respondents from 3 different malls in Bogor, and qualitative methods through in-depth interviews with 3 experts. Then, the data was analyzed using SPSS 16 and Microsoft Excel. The results of the research state that the factors that influence the tendency of urban communities in forming the habit of wearing masks are the preferred type of mask (shape and design), the comfort level of the mask, the suitability of the mask color with fashion, individual views (meaning and value) about masks, self-motivation, and the low price of masks. This research also states that the willingness to pay and willingness to wear variables have a positive effect on the habit of wearing masks with the willingness to wear variable being the more influential variable. It can be concluded that fashion conformity has a positive and significant effect on the habit of wearing masks for urbanites.*

**Keywords:** *fashion, habits, health, masks, urban society.*

### ABSTRAK

Pemakaian masker di era pasca pandemi dinilai merupakan sebuah urgensi karena adanya berbagai ancaman kesehatan. Namun, kebiasaan ini semakin menurun semenjak pandemi mereda. Kampanye pemakaian masker yang utamanya melalui edukasi kesehatan dinilai sudah tidak efektif, untuk itu dibutuhkan pendekatan baru guna mengembalikan kebiasaan pemakaian masker. Riset ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi dan faktor-faktor yang mempengaruhi kebiasaan pemakaian masker pada masyarakat urban. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods*, dengan menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 115 responden dari 3 mall berbeda di Bogor, dan metode kualitatif melalui *in depth interview* dengan 3 orang pakar. Kemudian, data dianalisis menggunakan SPSS 16 dan Microsoft Excel. Hasil riset menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kecenderungan masyarakat urban dalam membentuk kebiasaan pemakaian masker adalah jenis masker yang menjadi preferensi (bentuk dan desain), tingkat kenyamanan dari masker, kesesuaian warna masker dengan fesyen, pandangan individu (arti dan nilai) mengenai masker, motivasi diri, dan harga masker yang murah. Riset ini juga menyatakan bahwa variabel *willingness to pay* dan *willingness to wear* berpengaruh positif terhadap kebiasaan pemakaian masker dengan variabel *willingness to wear* sebagai variabel yang lebih berpengaruh. Dapat disimpulkan bahwa kesesuaian fesyen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan pemakaian masker bagi masyarakat urban



**Kata kunci:** fesyen, kebiasaan, kesehatan, masker, masyarakat urban.

## PENDAHULUAN

Pemakaian masker di era pasca pandemi dinilai merupakan sebuah urgensi. Hal ini karena pemakaian masker sangat penting di tengah tingginya tingkat polusi udara, terutama di kota-kota besar Indonesia yang dapat menjadi pemicu penurunan kesehatan di masyarakat. Rendahnya kualitas udara di kota besar di Indonesia sudah tidak bisa ditolerir, seperti Jakarta yang dinyatakan telah melewati ambang batas anjuran World Health Organization (WHO) hingga 40 kali lipat dalam laporan World Air Quality 2022 (Robert, 2022). Udara berpolusi mengandung bakteri, virus, maupun gas berbahaya lainnya yang dapat mengakibatkan timbulnya penyakit asma, bronkitis, pneumonia, hingga kematian dini apabila terhirup manusia. Oleh karenanya, pemakaian masker dinilai menjadi hal yang krusial untuk dilakukan guna mencegah penurunan kesehatan di masyarakat.

Kampanye penggunaan masker telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia sejak era pandemi dalam bentuk edukasi kesehatan. Akan tetapi, sejak pertengahan tahun 2022, terjadi tren penurunan kesadaran bermasker. Tren ini disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah adanya anggapan masyarakat bahwa tidak pentingnya masker dalam menjaga kesehatan diri. Hal ini membuktikan bahwa kampanye penggunaan masker oleh pemerintah sudah mulai tidak efektif. Situasi ini dikhawatirkan dapat memicu penurunan kesehatan masyarakat akibat polusi maupun penularan berbagai macam virus.

Saat pandemi, masker tidak hanya berperan sebagai alat pelindung dari paparan Covid-19, tetapi secara tidak langsung menjadi bagian dari pelengkap busana masyarakat (Fadlia, 2021). Tren ini bermula ketika terjadi kelangkaan masker medis sebagai masker yang disarankan oleh pemerintah. Perancang fesyen dan pekerja seni pun berlomba-lomba menyediakan masker kain dengan berbagai atribut seni yang menarik. Hal ini disambut baik oleh masyarakat karena menawarkan nilai ekonomis dan estetika yang lebih baik. Peluang ini juga dilihat oleh pabrikan masker medis sehingga akhirnya mereka juga ikut merancang serta merilis beberapa varian masker sehat tetapi tetap estetik.

Mengingat pentingnya pemakaian masker dalam menjaga kesehatan masyarakat, menjadi hal yang krusial bagi pemerintah untuk menemukan cara yang efektif dalam mengembalikan kebiasaan bermasker di masyarakat. Penelitian ini dilakukan di Kota Bogor dengan alasan karena menurut artikel dari Nafas (2023), Kota Bogor diidentifikasi memiliki tingkat polusi udara yang bahkan lebih tinggi dibandingkan DKI Jakarta dengan konsentrasi PM2.5 yang selalu lebih tinggi di angka indeks 29 – 51 pada bulan Januari – Juni 2023 yang dikategorikan sebagai tidak sehat bagi kelompok sensitif. Kota Bogor juga merupakan salah satu daerah penyangga Ibu Kota yang menjadikan Kota Bogor sebagai salah satu tempat masyarakat urban bermukim. Pendekatan fesyen dapat menjadi opsi alternatif bagi pemerintah dalam persoalan ini, pemerintah dapat memanfaatkan fenomena



Moshion (*Mask for Fashion*) untuk membangun kembali kebiasaan bermasker di masyarakat. Hal ini yang melatarbelakangi pelaksanaan riset yang berjudul “Fenomena Moshion Sebagai Gaya Hidup Sehat Nan Modis Pada Masyarakat Urban” yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pengaruh dalam kebiasaan pemakaian masker masyarakat urban serta menganalisis pengaruh *willingness to pay* dan *willingness to wear* sebagai penunjang kesehatan dan fesyen terhadap kebiasaan pemakaian masker yang diharap dapat bermanfaat bagi pihak terkait seperti pemerintah dalam membuat kebijakan terkait atau pihak pabrikan masker dalam hal strategi produk yang dapat memanfaatkan riset ini sebagai rujukan untuk menanggapi fenomena Moshion.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Fenomena Covid-19 serta Kebijakan Pemerintah dalam Menanggulangnya

Menurut *World Health Organization* (WHO) coronavirus merupakan virus yang dapat menyerang manusia dan hewan. Virus Covid-19 dapat menyebar secara langsung melalui interaksi antar manusia maupun tidak langsung melalui benda-benda yang sudah terkontaminasi virus. Covid-19 dapat menyebar melalui *droplet* yang keluar dari mulut atau hidung ketika bersin atau batuk. Orang-orang yang berinteraksi secara dekat kurang dari satu meter dengan orang yang sudah terinfeksi virus Covid-19 akan lebih mudah tertular (WHO, 2020).

Dilansir dari Kompas.com yang ditulis oleh Arnani (2020), Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mengumumkan dua kasus pertama Covid-19 pada Senin, 2 Maret 2020. Lalu pada tanggal 4 Mei 2020 berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 maka ditetapkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada tanggal 31 Maret 2020. Kebijakan tersebut sejalan dengan Surat Edaran yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan RI tentang Penggunaan Masker dan Penyediaan Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) Untuk Mencegah Penularan Covid-19 pada tanggal 9 April 2020. Adapun standarisasi masker yang ditetapkan oleh Kemenkes RI adalah masker medis (masker bedah dan masker N-95) untuk tenaga kesehatan sedangkan masker kain berlapis tiga untuk semua orang ketika berada di luar rumah. Masker kain yang digunakan wajib dicuci setelah pemakaian maksimal selama 4 jam di luar rumah menggunakan deterjen (Depkes, 2020).

### Fesyen bagi Masyarakat Urban

Menurut Polhemus dan Procter dalam Barnard (2016), fesyen diartikan sebagai dandanan busana yang digunakan sekelompok orang. Siklus hidup fesyen dalam masyarakat tidak berlangsung lama (Sukanto, 2014). Hal tersebut dipengaruhi oleh aspek-aspek sosial, budaya, politik, dan ekonomi. Fesyen merupakan isu yang penting dalam kehidupan sosial dengan berbagai fungsi yang dikemukakan. Dalam bidang mode, terdapat dua fungsi penting yaitu fungsi kesopanan dan keindahan. Pakaian sering kali digunakan untuk menunjukkan status



dan posisi sosial, karena penilaian orang lain terhadap kita dapat diambil berdasarkan pilihan pakaian kita.

Secara umum masyarakat merupakan kata serapan dari bahasa Arab *syakara* yang berarti “berpartisipasi atau ikut serta”. Dalam bahasa Inggris masyarakat diserap dari kata *society* yang merupakan kata serapan dari bahasa Latin *socius* yang berarti “kawan”. Menurut Prasetyo dan Irwansyah (2020) masyarakat dapat dikelompokkan berdasarkan nilai sosial yang berlaku dan bukan kumpulan individu semata. Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata “urban” berarti sesuatu hal yang berhubungan dengan kota, bersifat kotaan, atau orang yang berpindah dari desa ke kota. Oleh karena itu, masyarakat urban identik dengan masyarakat perkotaan dan lebih menekankan pada gaya hidup serta ciri-ciri kehidupan yang berbeda dengan masyarakat pedesaan (Jamaludin, 2015). Menurut Violita (2023) gaya hidup massal yang sering ditemui di perkotaan oleh sekelompok masyarakat didefinisikan sebagai *urban lifestyle*

### ***Willingness to Pay, Willingness to Wear, dan Theory of Planned Behavior***

*Willingness to Pay* (WTP) adalah jumlah maksimum yang ingin dibayarkan oleh individu atas perolehan barang atau jasa. WTP dapat diidentifikasi dengan cara menanyakan secara langsung kepada konsumen karena jawaban dari konsumen merupakan pemahaman atas preferensi mereka sendiri dan tanpa ada pengaruh dari pihak lain (Sun dan Zhu, 2014). Tujuan masyarakat dalam membeli masker yang utama adalah untuk perlindungan diri terhadap Covid-19. Kesehatan merupakan produk non-pasar yang tidak dapat ditentukan berdasarkan permintaan maupun penawaran. Ilmu mikroekonomi menjelaskan bahwa produk non-pasar ditentukan berdasarkan kesediaan konsumen untuk membayar produk tersebut (Ding *et al.*, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Oreffice dan Quintana (2021) menyatakan bahwa pembelian masker sekali pakai di United Kingdom meningkat sekitar 90 persen karena pengaruh informasi terkait kematian akibat Covid-19. Jika keinginan seseorang dalam membeli suatu barang semakin tinggi, maka WTP terhadap barang tersebut semakin baik karena WTP sejalan terhadap perilaku pembelian (Saraswati, 2019).

*Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah niat untuk melakukan sesuatu yang dipengaruhi oleh norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Perilaku pembelian tersebut selanjutnya berdampak terhadap perilaku lainnya. Dalam dasarnya, perilaku ini berpegang pada keyakinan bahwa manusia memiliki kemampuan rasional dan cenderung menggunakan informasi yang tersedia secara teratur. TPB merupakan implikasi dari tindakan sebelum memutuskan untuk melakukan tindakan tersebut atau tidak. TPB menganalisa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku konsumen di masa yang akan datang. Penelitian yang dilakukan oleh Tamba (2017) menunjukkan hasil positif antara sikap dengan keputusan konsumen dalam membeli suatu barang. Penelitian lainnya membuktikan bahwa ketiga faktor TPB tersebut yang selanjutnya akan berpengaruh



pada *Willingness to Wear* (WTW) masyarakat terhadap masker (Irfan *et al.*, 2021). Dapat dijelaskan bahwa WTW mengacu pada tingkat kesiapan atau motivasi individu untuk memakai produk atau pakaian tertentu dengan sukarela, berdasarkan pertimbangan seperti keindahan, kenyamanan, kinerja, dan alasan lain. Istilah ini seringkali dimanfaatkan di dalam industri fesyen dan pemasaran sebagai ukuran minat dan preferensi konsumen terhadap produk dan merek tertentu. WTW menunjukkan fleksibilitas dan kapasitas berperilaku yang lebih mudah atau sulit untuk dilakukan dalam situasi yang berbeda dan juga memiliki komponen reaksi sosial lain terhadapnya (Gibbons, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Sinicrope *et al.* (2021) menunjukkan bahwa sebanyak 64 persen masyarakat Midwestern sangat bersedia memakai masker di tempat umum.

## METODE PENELITIAN

### Metode, Waktu, dan Lokasi Riset

Riset ini menerapkan pendekatan *mix method* yang dilakukan pada 16 Juni hingga 15 November 2023. Pengumpulan data kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung pada beberapa titik di Kecamatan Bogor Tengah yakni Botani Square Mall, Bogor Trade Mall, dan Lippo Mall Keboen Raya. Saat berkunjung ke Mall, seseorang dapat menampilkan atau menonjolkan eksistensi diri sebagai *trendsetter*, salah satunya menggunakan fesyen (Anggriani, 2014). Sementara itu, pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui wawancara daring dengan pakar melalui platform Zoom Meeting.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara *hybrid* atau kombinasi antara daring dan luring. Jenis data yang digunakan dalam riset ini adalah data primer. Adapun ukuran sampel dari penelitian ini merujuk pada penentuan sampel berdasarkan persentase menurut Yount (1999) dalam Arikunto (2006), yaitu jumlah populasi yang lebih dari 10001 memerlukan sampel dengan persentase sebesar 1 persen. Maka jumlah sampel yang dibutuhkan untuk riset ini dihitung dengan data rata-rata pengunjung di tiga lokasi riset menurut data wawancara dengan pihak mal yaitu sebagai berikut.

$$n = 11.505,00 \times 1\% = 115 \text{ orang}$$

Keterangan : n = jumlah sampel yang dibutuhkan.

Penarikan sampel penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel, yaitu *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan memilih kasus klinis atau partisipan yang tersedia di sekitar lokasi, database, situs Internet, atau daftar keanggotaan pelanggan (Stratton, 2021). Kriteria responden kuesioner dibagi menjadi 2, yaitu 1) individu yang masih menggunakan masker kesehatan di setiap aktivitasnya; dan 2) individu yang menggunakan masker dengan berbagai warna atau motif dalam setiap aktivitasnya selama 30 hari ke belakang. Observasi dan eksperimen dalam penelitian ini dipilih melalui populasi secara acak atau *simple*



*random sampling*. Sedangkan pada *in-depth interview*, peneliti akan mencari 3 orang narasumber yang ahli di bidang fesyen, kesehatan, dan psikologi.

### Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan satu adalah analisis deskriptif menggunakan Microsoft Excel. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik pengguna masker serta efeknya terhadap aspek kesehatan dan psikologis penggunaannya. Hasil perhitungan setiap indikator dijumlahkan terlebih dahulu, lalu dihitung indeksinya. Selanjutnya dilakukan pengkategorian berdasarkan *cut off* menurut Chen dan Volpe (1998), yaitu kategori rendah (<60), sedang (60-80), dan tinggi (>80).

Analisis tujuan kedua dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Metode yang sering digunakan dalam menghitung nilai *Willingness to Pay* (WTP) adalah analisis regresi berganda (Damanik, 2019). Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Pamungkas, 2018). Selanjutnya, Uji t digunakan untuk menjawab tujuan 3. Dalam penelitian kuasi-eksperimen, uji t biasanya digunakan untuk memastikan bahwa suatu pendekatan, model, strategi, atau metode pembelajaran yang diterapkan guru efektif ketika ditinjau dari satu aspek atau variabel (Isnawan, 2020)

Persamaan regresi linear berganda pada tujuan ketiga adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan: Y = kebiasaan menggunakan masker      X1 = willingness to pay (WTP)

X2 = willingness to wear (WTW)

Semua statistik hasil uji data kuantitatif, baik itu pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel dianalisis menggunakan SPSS 16, sedangkan hasil *in-depth interview* sebagai data kualitatif dianalisis menggunakan Microsoft Excel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil penelitian kepada 115 masyarakat urban yang menjadi responden riset ini dengan kriteria penelitian berupa masyarakat yang menggunakan masker dalam sebulan terakhir ketika berkunjung ke salah satu *mall*, yaitu Botani Square Mall, Bogor Trade Mall, atau Lippo Plaza Keboen Raya. Karakteristik responden penelitian terdiri atas 62,6 persen perempuan dan 37,4 persen laki-laki. Pendidikan terakhir didominasi lulusan SMA (58,3%) dan mayoritas sebesar 83 persen termasuk ke dalam kategori usia dewasa awal (15-24 tahun). Mata pencaharian terbanyak adalah mahasiswa (78%) dan pendapatan per bulan mayoritas sebesar 55



persen dengan penghasilan kurang dari Rp1.000.000. Sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

| Characteristics      | Demographic                | Number (n: 115) | Percentage (%) |
|----------------------|----------------------------|-----------------|----------------|
| Jenis Kelamin        | Laki-laki                  | 43              | 37.40          |
|                      | Perempuan                  | 72              | 62.60          |
| Pendidikan           | Tidak lulus SD             | 0               | 0.00           |
|                      | SD/MI/Sederajat            | 0               | 0.00           |
|                      | SMP/MTS/Sederajat          | 1               | 0.90           |
|                      | SMA/MA/Sederajat           | 67              | 58.30          |
|                      | D1/D2/D3/D4                | 10              | 8.70           |
|                      | S1/Sarjana                 | 35              | 30.40          |
|                      | S2/Magister                | 2               | 1.70           |
|                      | S3/Doktor                  | 0               | 0.00           |
| Usia                 | 15-24                      | 95              | 83             |
|                      | 25-34                      | 14              | 0.12           |
|                      | 35-44                      | 1               | 0.01           |
|                      | 45-54                      | 3               | 0.03           |
|                      | 55-60                      | 1               | 0.01           |
| Pekerjaan            | Pegawai Negeri             | 1               | 0.90           |
|                      | Pegawai Swasta             | 24              | 20.90          |
|                      | TNI/POLRI                  | 0               | 0.00           |
|                      | Ibu Rumah Tangga           | 2               | 1.70           |
|                      | Dosen/Guru                 | 2               | 1.70           |
|                      | Pelajar/Mahasiswa          | 78              | 67.80          |
|                      | Lainnya                    | 8               | 7.00           |
| Pendapatan/Uang saku | ≤ Rp1.000.000              | 55              | 47.70          |
|                      | Rp1.000.001 - Rp5.000.000  | 48              | 41.70          |
|                      | Rp5.000.001 - Rp10.000.000 | 7               | 6.10           |
|                      | ≥ Rp10.000.001             | 5               | 4.30           |

Sumber: Data diolah (2023)

Kebiasaan bermasker masyarakat urban dipengaruhi oleh beberapa faktor. Masyarakat urban cenderung menggunakan jenis masker medis dengan persentase sebesar 78 persen. Selain itu, sebanyak 84 persen responden memilih untuk menggunakan masker polos hanya dengan satu warna tertentu. Berdasarkan



penelitian ini, ditemukan bahwa masyarakat urban lebih cenderung menggunakan masker dengan pertimbangan yang didominasi oleh kenyamanan (71%). Sebanyak 40 persen responden menjawab bahwa mengkombinasikan masker dengan pakaian akan memberikan motivasi sebagai peningkat kepercayaan diri di setiap aktivitas. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa biaya masker yang rela untuk dikeluarkan oleh masyarakat urban didominasi seharga kurang dari Rp50.000 sebesar 54 persen. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kesadaran diri individu dalam bermasker berpengaruh sebesar 77.4 persen.

Arti masker bagi penggunanya juga mempengaruhi faktor pemakaian masker pada masyarakat urban. Masyarakat urban cenderung menggunakan masker untuk kesehatan sebesar 84.3 persen. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kenyamanan sebesar 87.8 persen lebih dipertimbangkan oleh masyarakat urban. Selanjutnya, peneliti juga membahas tentang tingkat kesediaan seseorang dalam menggunakan masker secara berkelanjutan. Sebanyak 55 persen responden sangat bersedia untuk tetap menggunakan masker. Sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Faktor Pengaruh Kebiasaan Bermasker Masyarakat

| Characteristics    | Demographic                    | Percentage (%) |
|--------------------|--------------------------------|----------------|
| Kategori Masker    | Masker medis/polos             | 78             |
|                    | Masker kain                    | 22             |
| Kriteria Masker    | Senada dengan outfit           | 67             |
|                    | Masker hijab                   | 16             |
|                    | Bermotif                       | 15             |
|                    | Warna tertentu                 | 35             |
|                    | Hits/mengikuti tren            | 17             |
|                    | Bermerek                       | 18             |
|                    | Nyaman                         | 71             |
|                    | <i>Urban style</i>             | 17             |
| Motivasi Bermasker | Peningkat kepercayaan diri     | 40             |
|                    | Penyemangat dalam beraktivitas | 34             |
|                    | Sarana bersosialisasi          | 21             |
|                    | Sarana dalam mengikuti tren    | 11             |
| Harga Masker       | ≤ Rp50.000                     | 54             |
|                    | Rp50.001 - Rp100.000           | 48             |
|                    | Rp100.001 - Rp150.000          | 13             |
|                    | Rp150.001 - Rp200.000          | 0              |
|                    | ≥ Rp200.001                    | 0              |
| Alasan Bermasker   | Kesadaran diri sendiri         | 85             |



|              |                                         |    |
|--------------|-----------------------------------------|----|
|              | Perintah/aturan yang berlaku            | 15 |
| Arti Masker  | Kesehatan                               | 84 |
|              | Penampilan                              | 16 |
| Nilai Masker | Kenyamanan                              | 97 |
|              | Kepantasan                              | 2  |
|              | Pameran                                 | 1  |
| Jenis Masker | Masker dengan berbagai model            | 16 |
|              | Masker polos dengan satu warna tertentu | 84 |

Sumber: Data diolah (2023)

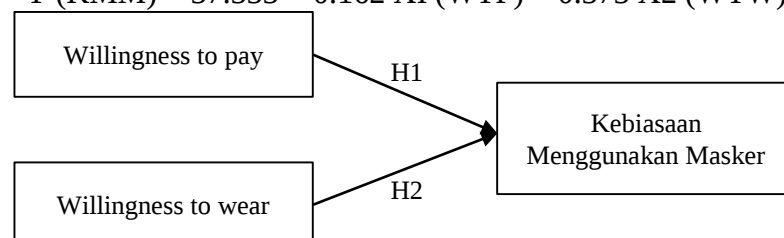
Dalam hasil uji regresi, didapatkan bahwa nilai standar beta dari variabel *willingness to pay* terhadap kebiasaan menggunakan masker memiliki koefisien sebesar 0.162. Selain itu, variabel *willingness to wear* terhadap kebiasaan menggunakan masker memiliki koefisien sebesar 0.373.

| Model      | Standar Error | Coeficients Std. Error | Standardized Coeficients Beta | t     | Sig.  | Zero-order | Correlations Partial | Part  | Collinearity Tolerance | Statistics VIF |
|------------|---------------|------------------------|-------------------------------|-------|-------|------------|----------------------|-------|------------------------|----------------|
| (Constant) | 37.32         | 6.026                  |                               | 6.195 | 0.000 |            |                      |       |                        |                |
| I_W P      | 0.162         | 0.101                  | 0.156                         | 1.610 | 0.110 | 0.388      | 0.159                | 0.134 | 0.714                  | 1.350          |
| I_W W      | 0.373         | 0.080                  | 0.455                         | 4.678 | 0.000 | 0.534      | 0.424                | 0.391 | 0.714                  | 1.350          |

Tabel 3. Hasil Uji Regresi

Persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$Y \text{ (KMM)} = 37.333 + 0.162 \text{ XI (WTP)} + 0.373 \text{ X2 (WTW)}$$



Gambar 1. Model Regresi

## PEMBAHASAN



### **Identifikasi Faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan Pemakaian Masker pada Masyarakat Urban**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat urban lebih memilih menggunakan masker medis daripada masker kain dalam menjalani aktivitas sehari-hari, dengan proporsi sebesar 78 persen. Alasan di balik ini adalah karena masker medis lebih efektif dalam memberikan perlindungan terhadap paparan virus atau bakteri daripada masker kain. Menurut hasil wawancara dengan Muhammad Firhat Idrus, seorang dokter spesialis penyakit dalam di RSCM, diketahui bahwa urutan masker berdasarkan efektivitasnya dimulai dari N95, diikuti oleh masker bedah, dan yang paling tidak efektif adalah masker kain. Selain itu, menurut survei ini, sebanyak 84 persen orang yang ditanya memilih menggunakan masker polos yang hanya memiliki satu warna saja. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tjandrawibawa et al. (2022) bahwa responden menyukai gambar abstrak atau polos karena lebih bersifat netral, sehingga dapat dipadupadankan dengan berbagai jenis pakaian dengan motif lain.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa masyarakat urban lebih memilih menggunakan masker berdasarkan pertimbangan kenyamanan sebesar 71 persen. Menurut pengamat fesyen, Dian Puspita, dalam wawancara tersebut disebutkan bahwa keputusan memilih masker umumnya berdasarkan kenyamanan sebelum mempertimbangkan aspek desain. Di samping itu, menurut 40 persen responden survei, menggabungkan masker dengan pakaian akan meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam melakukan segala aktivitas. Hal ini didukung penelitian Zahroh (2020) bahwa fesyen memainkan peran penting untuk membantu mengekspresikan diri mereka sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri.

Selain itu, telah dilakukan pengujian terhadap faktor-faktor lain yang berdampak terhadap kebiasaan mengenakan masker di kalangan masyarakat urban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat urban hanya bersedia mengeluarkan biaya di bawah Rp50.000 untuk membeli masker, dengan jumlah mencapai 54 persen. Artinya semakin mahal harga masker, masyarakat urban akan membatasi pembeliannya. Hal ini sejalan dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu komoditas, maka semakin banyak jumlah komoditas yang diminta, begitu pun sebaliknya (Angriva dan Sunyigono, 2020).

Menurut hasil penelitian, faktor kesadaran diri individu saat menggunakan masker memiliki pengaruh sebesar 77.4 persen. Masyarakat urban umumnya cenderung memakai masker karena menyadari kebutuhan akan proteksi diri, tanpa bergantung pada aturan yang mengatur penggunaan masker, terutama dalam situasi wabah Covid-19. Hasil ini sejalan dengan studi Andriyanto et al. (2021) yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara sumber informasi masyarakat dengan kepatuhan menggunakan masker. Informasi yang dimaksud adalah pengaruh dari orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dengan Wahyu Kuncoro, Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana, diketahui bahwa



penggunaan masker dapat terjadi keberlanjutan dengan adanya perubahan persepsi berupa kesadaran diri individu yang disebut *perseverance of effort*.

Arti masker bagi penggunanya juga mempengaruhi faktor pemakaian masker pada masyarakat urban. Masyarakat urban cenderung menggunakan masker untuk kesehatan sebesar 84.3 persen. Masyarakat urban memiliki kesadaran yang cukup baik dalam bermasker, khususnya sebagai upaya untuk menjaga kesehatan mereka. Penggunaan masker merupakan bagian dari rangkaian komprehensif dalam pencegahan dan pengendalian yang dapat membatasi penyebaran penyakit penyakit virus saluran pernapasan tertentu, seperti ISPA (Marzuki et al., 2021). Sebagaimana hasil wawancara dengan Muhammad Firhat Idrus, dokter spesialis penyakit dalam RSCM, yang mengatakan bahwa masker berguna dalam hal kesehatan karena dengan penggunaan masker rutin akan mengurangi intensitas terkena penyakit, khususnya melalui penularan di udara.

Selanjutnya, pandangan terhadap nilai masker juga merupakan faktor penting yang memengaruhi kebiasaan menggunakan masker di kalangan masyarakat urban. Berdasarkan penelitian, masyarakat urban cenderung memprioritaskan nilai kenyamanan dengan persentase sebesar 87.8 persen. Dalam hal preferensi masker, masyarakat urban umumnya memilih masker yang memberikan kenyamanan saat mereka menjalankan aktivitas sehari-hari. Menurut Islamiati et al. (2023), masker saat ini tidak hanya berfungsi untuk pelindung diri saja, tetapi masyarakat kini membutuhkan masker yang nyaman dan trendy saat digunakan untuk menunjang penampilannya. Faktor terakhir yang diteliti adalah motivasi memakai masker untuk fesyen. Sebanyak 41 persen responden memakai masker untuk menunjang aktivitas yang mereka lakukan.

Selanjutnya, peneliti juga membahas tentang tingkat kesediaan seseorang dalam menggunakan masker secara berkelanjutan. Sebanyak 55 persen responden sangat bersedia untuk tetap menggunakan masker. Alasan utamanya adalah polusi udara yang melanda kota-kota besar mengambil peran besar dalam peningkatan kasus ISPA, peralihan musim juga menjadi alasan pendukungnya. Hasil wawancara dengan Muhammad Firhat Idrus selaku dokter spesialis penyakit dalam RSCM pun diketahui bahwa mengurangi aktivitas di luar diperlukan saat kondisi polusi untuk sementara dan kalau pun harus keluar pastikan menggunakan masker.

### **Analisis Pengaruh *Willingness to Pay* dan *Willingness to Wear* terhadap Kebiasaan Penggunaan Masker**

Hasil uji normalitas mendapatkan nilai *adjusted R-square* model sebesar 0.29, artinya pengaruh dari variabel *willingness to pay* dan *willingness to wear* terhadap kebiasaan menggunakan masker sebesar 29 persen, sedangkan 71 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat pada model. Berdasarkan tabel ANOVA didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan variabel *willingness to pay* dan *willingness to wear* berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan menggunakan masker karena nilai  $\alpha$  kurang dari 0.05. Selanjutnya dilakukan pengujian



multikolinearitas yang menghasilkan  $VIF < 10$ , artinya model penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *willingness to pay* berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan menggunakan masker dengan koefisien sebesar 0.162. Jika *willingness to pay* semakin baik, maka perilaku pembelian akan semakin tinggi karena *willingness to pay* memiliki hubungan yang searah dengan perilaku pembelian (Saraswati, 2019). Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bersama Dian Puspita selaku pengamat fesyen yang diketahui bahwa masker nyaman akan cenderung lebih diminati meskipun harganya lebih mahal. Artinya, masyarakat urban akan cenderung bersedia membayar selama dapat menggunakan masker dengan nyaman dan sesuai dengan minatnya.

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel *willingness to wear* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan menggunakan masker dengan koefisien sebesar 0.373. Hal ini didukung oleh penelitian Irfan *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa kesediaan masyarakat memakai masker sangat mendorong terciptanya kebiasaan masyarakat untuk memakai masker. Hasil wawancara dengan Muhammad Wahyu Kuncoro, Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta, ditemukan bahwa persepsi diri seseorang untuk menggunakan masker akan membentuk siklus yang panjang yang membentuk sikap dalam individu tersebut berperilaku, termasuk dalam hal bermasker.

Hasil regresi menunjukkan bahwa *willingness to wear* lebih berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan menggunakan masker sebesar 45.5 persen dibanding *willingness to pay* dengan nilai standar koefisien beta lebih rendah.

Persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$Y \text{ (KPM)} = 37.333 + 0.162 \text{ XI (WTP)} + 0.373 \text{ X2 (WTW)}$$

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kecenderungan masyarakat urban dalam membentuk kebiasaan pemakaian masker adalah jenis masker yang menjadi preferensi (bentuk dan desain), tingkat kenyamanan dari masker, kesesuaian warna masker dengan fesyen, pandangan individu (arti dan nilai) mengenai masker, motivasi diri, dan harga masker yang relatif murah. Selain itu, hasil penelitian juga didapatkan bahwa variabel *willingness to pay* dan *willingness to wear* berpengaruh positif terhadap kebiasaan pemakaian masker dengan variabel *willingness to wear* sebagai variabel yang lebih berpengaruh. Hal ini membuktikan bahwa kesesuaian fesyen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan pemakaian masker.

## DAFTAR PUSTAKA



- Andriyanto, C., Ambariani, & Pujiati. (2021). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Kepatuhan Penggunaan Masker Sebagai Upaya Pencegahan Covid-19 pada Ibu Hamil di PMB Anggia Yuliska Amalia, AMD.KEB Kabupaten Sukabumi Tahun 2021. *Kesehatan Kebidanan*. 10(2):95–103. <https://smrh.e-journal.id/Jkk/article/view/148/108>
- Anggrini, R. D. P. (2014). Praktek Konsumtif Mahasiswa Bidik Misi (Studi Mahasiswa Bidik Misi 2010, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya). *Paradigma*, 2(2).
- Angriva, S., & Sunyigono, A. K. (2020). Persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk madu PT Kembang Joyo. *Agriscience*. 1(1):186–199. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7850>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arnani, M. (2022). *Kapan Korona Masuk Indonesia Pertama Kali*. URL: <https://www.kompas.com/sains/read/2022/09/02/110300823/kapan-corona-masuk-indonesia-pertama-kali-?page=all>. Diakses pada 8 Februari 2023.
- Barnard, M. (2016). *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Edisi ke-2. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial services review*, 7(2), 107-128.
- Damanik, I. S., Windarto, A. P., Wanto, A., Poningsih, Andani, S. R., & Saputra, W. (2019. August). Decision tree optimization in C4. 5 algorithm using genetic algorithm. In *Journal of Physics: Conference Serie*. 1255(1): 012012. IOP Publishing.
- Depkes RI. (2020). *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Desease (COVID-19)*. Jakarta: Kemenkes RI dan Dirjen Pencegahan dan Pengendalian Penyakit.
- Ding, Q., Lin, S., & Wang, S. (2022). Determinants and willingness to pay for purchasing mask against COVID-19: A protection motivation theory perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(7), 4268.
- Fadlia A. (2021). Masker Sebagai Budaya Baru Tren Fashion di Indonesia. *JSRW (Jurnal Seniorupa Warn*. 9(2). doi:10.36806/jsrw.v9i2.115.
- Gibbons, F. X. (2020). *Intention, expectation, and willingness. Health behavior constructs: Theory, measurement and Research*.
- Irfan, M., Akhtar, N., Ahmad, M., Shahzad, F., Elavarasan, R. M., Wu, H., & Yang, C. (2021). Assessing public willingness to wear face masks during the COVID-19 pandemic: fresh insights from the theory of planned behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4577.
- Isnawan, M. G. (2020). *Kuasi Eksperimen*. Lombok: Nashir Al Kutub Indonesia.



- Islamiati, S. A. N., Darpito, S. H., & Utomo, H. (2023). Pengaruh gaya hidup, harga, kualitas produk dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 11(1):41-52.
- Jamaludin, A. N. (2015). *Sosiologi perkotaan: memahami masyarakat kota dan problematikanya*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Kementerian Kesehatan RI. (2020). *Surat Edaran Penggunaan Masker dan Penyediaan Sarana Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) Untuk Mencegah Penularan COVID-19*. Jakarta. Diakses pada 9 April 2020.
- Marzuki, D. S., Abadi, M. Y., Al Fajrin, M., & Rahmadani, S. (2021). Analisis Kepatuhan Penggunaa Masker dalam Pencegahan COVID-19 Pada Pedagang (Studi Kasus Pasar Lakessi Kota Parepare). *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo*, 7(2), 197-210.
- Nafas Indonesia. (October 18, 2023). <https://nafas.co.id/blog/Polusinya-Lebih-Tinggi-dari-Jakarta-Masih-Mau-Bilang-Healing-ke-Bogor-yuk>. Diakses pada 1 Oktober 2023.
- Oreffice, S., Quintana-Domeque, C. (2021). COVID-19 information, demand and willingness to pay for protective gear in the UK. *Studies in Microeconomics*, 9(2), 180-195.
- Pamungkas, I. D., Ghozali, I., & Achmad, T. (2018). A pilot study of corporate governance and accounting fraud: The fraud diamond model. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2), 253-261.
- Peraturan Pemerintah RI. (2020). *Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID 19)*. Pemerintah Pusat. Jakarta.
- Prasetyo, D. & Irwansyah. (2020). Memahami Masyarakat dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. 1(1):163-175.
- Robert, B., & Brown, E. B. (2022). *2022 World Air Quality Report*. 1:1–14.
- Saraswati, K. F., Indarini, I., & Anandya, D. (2019). Pengaruh Attitude, Personal Norms, Willingness To Pay Terhadap Purchasing Behavior Makanan Organik Di Surabaya. *CALYPTRA*, 7(2), 2236-2259.
- Sari L. (2021). Trend Fashion Busana Kerja Wanita di Masa Pandemi Covid 19. *Bhumidevi, J Fash Des*. 1(1):32–39.
- Stratton, S. J. (2021). Population research: convenience sampling strategies. *Prehospital and disaster Medicine*, 36(4), 373-374.
- Sukanto, S. (2014). *Introduction to Legal Research*. Jakarta: UI Press.
- Sun, C. & Zhu, X. (2014). Evaluating the public perceptions of nuclear power in China: Evidence from a contingent valuation survey. *Energy Policy*. 69: 397-405.
- Tamba, D. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo (Studi Kasus: Mahasiswa Fe-Unika Santo Thomas Su). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 119-145.



- Tjandrawibawa, P., Tahalele, S. K. Y., & Tanzil, Y. M. (2022). Perancangan motif kain dan pola masker non medis berbasis nilai estetika dan fungsional. *Journal Dimensi*. 18(2):189-194.
- Triyanto, T., Khayati, E. Z., Yuli, S. E., & Prisilia, V. (2020). Entrepreneurship Dan Trend Aksesoris Fashion Era Covid 19. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*. 15(1).
- Violita, M. D., & Sos, S. (2023). *Konsumerisme Masyarakat Urban: Konsep, Sejarah, dan Pengaruhnya terhadap Pola Gaya Hidup (Kajian Kritis Etika Deontologi Immanuel Kant)*. Bali: Nilacakra.
- World Health Organization. (2020). *Pertanyaan dan jawaban: bagaimana Covid-19 ditularkan?*. <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-how-is-covid-19-transmitted>. Diakses pada 8 Februari 2023.
- Zahroh, M. (2020). Kepercayaan diri ditinjau dari fashion bermerk. *Journal of Chemical Information and Modeling*. 53(9): 287.