

PEMAKNAAN TERHADAP FASHION STYLE REMAJA DI BANDUNG

Baruna Tyaswara¹, Reza Rizkina Taufik², Mahardiansyah Suhadi³, Ratna Danyati⁴

¹Universitas BSI Bandung
baruna.bnr@bsi.ac.id

²Universitas BSI Bandung
reza.rnk@bsi.ac.id

³Universitas BSI
mahardiansyah.mdh@bsi.ac.id

⁴Akademi Bahasa Asing BSI Jakarta
ratna@bsi.ac.id

Abstract

Fashion in Indonesia has grown rapidly, such as technological developments that are increasingly growing days. Fashion is growing especially in the city of Bandung the more outlets, and clothing that was built in the city of Bandung. Teen styles can also reflect the attitude and behavior of the teenager. Fashion style among teenagers has become a culturally adaptation of western culture and not a bit of Bandung teenagers who love fashion style of western countries. The purpose of this study to know the meaning of the development of fashion and the meaning of how to fashion by teenagers in Bandung. The main informant in this research is adolescent in Bandung city. This study uses qualitative approach with study of phenomenology. The technique of data collection uses interview, observation and documentation. The finding result shows that The development of fashion with its existence in the present especially among teenagers in the city of Bandung which has a fashion trend can be regarded as a fashion barometer in major cities in Indonesia. Fashion is also an expression of self that allows everyone to try various roles in life.

Keywords: *fashion, social status, youth*

I. PENDAHULUAN

Fashion di Indonesia telah berkembang pesat, seperti perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang. Fashion ikut berkembang khususnya di kota Bandung karena banyaknya outlet, dan clothing yang di bangun di kota Bandung, sehingga Bandung di juluki sebagai kota Paris Van Java. Dalam hal ini, berkembangnya fashion tidak luput dari peran media, karena di Bandung media telah menjadi alat interaksi yang mudah untuk digunakan sehingga masyarakat Bandung khususnya para remaja dapat melihat perkembangan fashion di dunia.

Dalam penelitian ini peneliti akan lebih meneliti tentang pemaknaan fashion style dan sikap remaja di Bandung. Fashion style di kalangan remaja telah menjadi sebuah kebudayaan yang di adaptasi dari kebudayaan barat dan tidak sedikit remaja Bandung yang menggandrungi fashion style dari negara barat, sehingga banyak culture dari negara barat yang masuk ke Indonesia seperti life style atau gaya

hidup. Karena adanya perbedaan budaya inilah banyak style remaja yang bertolak belakang dengan kebudayaan Indonesia khususnya di Bandung.

Alasan peneliti tertarik membahas permasalahan ini karena style remaja dapat mencerminkan sikap dan tingkah laku remaja tersebut. Di samping itu style remaja yang diadaptasi dari negara barat juga banyak mengadaptasikan life style dan musik dari budaya barat. Jika remaja tidak mengenakan pakaian terbaru yang bermerk mahal dan terkenal, mereka akan dianggap sebagai remaja yang tidak “up to date” alias ketinggalan zaman. Selain itu, mereka mungkin saja akan di jauhi bahkan ditinggalkan. Hal tersebut akan mengakibatkan remaja menjadi rendah diri dan bahkan depresi.

Peneliti akan menggunakan metode pendekatan kualitatif, menurut definisi Kirk dan Miller (1986:9) mendefinisikan bahwa pendekatan kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan secara fundamental bergantung

dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam perisitilahnannya.

Dari definisi di atas mengenai pendekatan kualitatif peneliti juga akan memaknai dari fenomena yang terjadi dalam fashion style dan sikap remaja di Bandung dengan paradigma konstruktivis, dan studi fenomenologi dari fenomena yang terjadi. Menurut Edmund Husserl (1859-1938) fenomenologi di artikan sebagai: 1) pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal; 2) suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Istilah fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjuk pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe subjek yang ditemui. Dalam arti yang lebih khusus, istilah ini mengacu pada penelitian terdisiplin tentang kesadaran dari perspektif pertama seseorang.

Pengertian Fashion sendiri berawal dari bahasa inggris yang artinya adalah cara, kebiasaan atau mode. Polhemus dan Procter menunjukkan bahwa "dalam masyarakat kontemporer barat, istilah fashion kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana" (Malcolm Barnard, Fashion sebagai komunikasi). Namun pada dasarnya fashion adalah berfungsi sebagai penutup perlindungan, kesopanan dan daya tarik. Tahun 1920 adalah abad baru ketika dunia fashion terlahir kembali setelah sebelumnya baju-baju ala Cinderella yang menguasai dunia fashion.

Media memainkan peran yang sangat penting ketika datang ke fashion. Misalnya, bagian penting dari fashion adalah jurnalisme mode. Editorial kritik, pedoman dan komentar dapat ditemukan di majalah, koran, di televisi, website fashion, jaringan sosial dan blog fashion . Dalam beberapa tahun terakhir, fashion blogging dan YouTube video telah menjadi outlet utama untuk menyebarkan tren dan tips fashion. Melalui media-media, pembaca dan pemirsa di seluruh dunia dapat belajar tentang fashion, yang membuatnya sangat mudah.

Pada awal abad ke-20, majalah mode mulai memasukkan foto-foto berbagai desain fashion dan bahkan menjadi lebih berpengaruh pada orang-orang daripada di masa lalu. Di kota-kota di seluruh dunia majalah ini adalah sangat dicari dan memiliki efek mendalam pada selera pakaian publik. Berbakat ilustrator menarik piring busana indah untuk publikasi yang mencakup perkembangan terbaru di dunia fashion dan kecantikan . Mungkin yang paling terkenal dari majalah ini adalah La Gazette du Bon Ton yang didirikan pada tahun 1912 oleh Lucien Vogel dan teratur diterbitkan sampai 1925 (dengan pengecualian dari tahun perang).

Namun, selama beberapa tahun terakhir, situs mode telah dikembangkan yang menggabungkan menulis editorial tradisional dengan user-generated content Majalah *online* seperti iFashion

Jaringan, dan Majalah Runway, yang dipimpin oleh Nole Marin dari Amerika Next Top Model, mulai mendominasi pasar dengan salinan digital untuk komputer, iPhone, dan iPads. Contoh platform termasuk Apple dan Android untuk aplikasi tersebut.

Dari penjelasan yang telah di jelaskan di atas, peneliti mendapatkan sebuah rumusan masalah yang dapat diangkat yaitu "***Bagaimana Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja di Bandung?***"

II. KAJIAN LITERATUR Fashion

Istilah fashion atau mode sebenarnya telah ada sejak manusia pertama kali menggunakan kulit hewan untuk menutupi tubuhnya. Sedangkan rancangan pakaian ada sejak berabad-abad yang lalu, biasanya raja dan ratu memiliki penjahit pribadi untuk membuat pakaian terbaik dan bahan terbaik pula. Setelah beberapa waktu, manusia mulai menggunakan pakaian sebagai media komunikasi, bukan hanya pelindung atau penghangat tubuh saja. Pada zaman Renaissans di Eropa, pakaian merupakan bentuk seni tingkat tinggi dan simbol status. Korset yang rumit, pakaian yang ketat, dan sepatu berhak tinggi dengan jelas dapat menggambarkan status sosial pemakainya (Lee, 2003: xv-xvi).

Selama berabad-abad, individu atau kelompok masyarakat menggunakan pakaian sebagai alat komunikasi nonverbal untuk menjelaskan pekerjaan, strata sosial, status perkawinan, bahkan kekayaan mereka. Fashion adalah media untuk kebebasan berekspresi. Bukan hanya pakaian melainkan aksesoris, perhiasan, tata rambut, dan kecantikan. Apa yang dipakai dan bagaimana memakainya menjadi kunci untuk secara mudah melihat situasi social yang dialami seseorang.

Mengapa fashion menjadi sangat penting? Fashion adalah sebuah ekspresi diri yang memungkinkan setiap orang mencoba berbagai peran dalam hidup. Fashion adalah perubahan penting agar hidup dapat selalu menyenangkan. Fashion juga merupakan cermin yang dapat menjadi alat ukur situasi sikap dan perasaan seseorang.

Definisi fashion sangat beragam, masing-masing tergantung pada fakta yang biasa ditimbulkan. Namun ada benang merah yang dapat ditarik dari berbagai macam definisi itu. Fashion secara umum dapat diklasifikasikan menurut sifatnya yang tidak tahan lama dan perubahan gaya yang berlangsung secara terus-menerus yang menurut beberapa orang didikte oleh desainer dan industry (Newman, 2001: 29).

Fashion sebagai Alat Ukur Perubahan Sosial

Kelompok afiliasi adalah hal yang paling utama dalam fashion. Sebuah kelompok mengidentifikasi dirinya dengan sebuah gaya fashion tertentu yang sesuai dengan budayanya. Maka demikian fashion dapat menjadi penghubung antar budaya yang memiliki kesamaan.

Bagaimana seseorang mengukur kecantikan atau keburukan dari tubuhnya bergantung pada kebudayaan yang biasa diterimanya. Wanita yang dianggap cantik di suatu daerah belum tentu dianggap cantik di daerah lainnya. Atau apa yang dianggap cantik di masa lalu belum tentu berlaku di masa sekarang. Pada awal abad 19 orang tua di China membat kaki bayi perempuannya karena pada masa itu, semakin kecil kaki seorang wanita, semakin ia dianggap cantik. Namun, sejalan dengan modernisasi, anggapan itupun mulai memudar karena kaki yang terlalu kecil dapat menyebabkan kesulitan berjalan.

Di abad 21 ini, anggapan cantik adalah tubuh yang kurus. Semua orang berpacu untuk mendapatkan tubuh kurus yang mereka inginkan, apapun dilakukan, diet, latihan beban, menuruti berbagai pantangan, sampai operasi plastic. Dan kebanyakan dari orang-orang tersebut melakukan segalanya karena selalu merasa tidak cukup dan tidak sempurna di mata fashion style. Sehingga mereka terus-menerus berusaha untuk memuaskan ambisi mereka agar merasa lebih baik.

Fashion dan Status Sosial

Peran dan kegiatan seseorang dalam kesehariannya sangat berkaitan dengan pakaian apa yang dipakainya. Setiap orang dipengaruhi oleh status perannya, apakah sebagai teman, kakak, adik, suami, istri, ayah, ibu, kakek, nenek, kerabat, karyawan, konsumen, rekan kerja, kolega bisnis, dan lainnya.

Orang sangat peduli pada penilaian orang lain terhadap baju apa yang mereka pakai, dan beberapa banyaj aksesoris yang mereka punya. Fashion digunakan sebagai tanda-tanda dan symbol yang berfungsi sebagai pusat informasi dari status peranan. Orang yang daya belinya tinggi, bukan hanya menerjemahkan fashion dengan pakaian yang modis atau aksesoris semata, namun mulai beralih pada pemilihan mobil dan alat-alat elektronik.

Kepedulian ini akhirnya malah menyebabkan pengeluaran gaya hidup yang sangat besar. Hanya sedikit orang-orang yang kuat pendirian dan tidak peduli yang bisa berkomitmen untuk berpakaian tanpa mengikuti mode.

Pekerjaan juga menuntut seseorang untuk berpakaian seperti orang lain pikirkan tentang pekerjaan itu. Sebuah pekerjaan yang

bergensi tentu tidak sesuai jika menggunakan selan kerja yang dibeli dari pasar loak.

Cara orang berpakaian sangat berhubungan dengan bagaimana ia menghargai dirinya sendiri dan orang lain. Pakaian juga menjadi sebuah symbol status social, bagaimana seseorang dalam sebuah kelas social menghabiskan waktu dan uangnya.

Thorstein Veblen seorang pakar ekonomi dari Amerika Serikat dalam bukunya "*The Theory Of The Leisure Class*" (1899) menyebutkan bahwa berpakaian adalah cara paling mudah untuk mengekspresikan kekayaan bahkan dengan menunjukkan bahwa mereka membayar orang lain hanya untuk merawat baju-baju mereka. Perilaku fashion ini menjadi sebuah lambing kekayaan yang paling menonjol.

Salah satu hal yang menyebabkan fashion menjadi sangat populer adalah karena pakaian yang modis, aksesoris, dan benda-benda mode lainnya sangat mudah terlihat walaupun hanya sekilas. Sebuah tas bermerek, sepatu mahal, perhiasan mewah, dan tata rambut model terbaru bisa dengan cepat menunjukkan status social seseorang.

Maka mode terus berubah dari waktu ke waktu dan tentu saja membutuhkan biaya yang sangat besar. Pada remaja, mode merupakan cara untuk menunjukkan eksistensi. Mereka pun berlomba untuk selalu mengikuti tren atau bahkan berusaha menjadi *trendsetter*. Padahal tren memang dirancang untuk selalu berubah dan ini memicu pola hidup konsumtif (Pauline Weston Thomas, Fashion-Era.com).

Remaja

Kata "remaja" berasal dari bahasa latin yaitu *adolescere* yang berarti *to grow* atau *to grow maturity*. Banyak tokoh yang mendefinisikan tentang remaja, DeBrun mendefinisikan remaja sebagai periode pertumbuhan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa (Rice, 1990). Sedangkan Papalia dan Olds (2001) tidak memberikan pengertian remaja (*adolescent*) secara eksplisit melainkan implisit melalui pengertian masa remaja (*adolescence*).

Menurut Papalia dan Olds, masa remaja adalah masa transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang pada umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada akhir belasan tahun atau awal puluhan tahun.

Sedangkan Hurlock (1990) membagi masa remaja menjadi membagi masa remaja awal (13 hingga 16 atau 17 tahun) dan masa remaja akhir (16 atau 17 tahun hingga 18 tahun). Keduanya dibedakan karena pada masa remaja akhir individu telah mencapai transisi perkembangan yang lebih mendekati masa dewasa.

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang artinya adalah metode penelitian yang meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*. Obyek dalam penelitian kualitatif adalah obyek yang alamiah, atau natural setting, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode naturalistik. Obyek yang alamiah adalah obyek yang apa adanya, tidak di manipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki obyek, setelah berada di obyek dan setelah keluar dari obyek relatif tidak berubah. Sebagai lawannya dari metode ini adalah metode eksperimen di mana peneliti dalam melakukan penelitian tempatnya berada di laboratorium yang merupakan kondisi buatan, dan peneliti melakukan manipulasi terhadap variabel. Dengan demikian terjadi bias antara hasil penelitian di laboratorium dengan keadaan di luar laboratorium atau keadaan sesungguhnya.

Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi. Fenomenologi Schutz adalah pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi yang merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial siapapun. Dalam setiap situasi fenomenologis, waktu dan historis yang secara unik menempatkan individu, kita memiliki dan menerapkan persediaan pengetahuan (*stock knowledge*) yang terdiri dari semua fakta, kepercayaan, keinginan, prasangka, dan aturan yang kita pelajari dari pengalaman pribadi dan pengetahuan siap pakai yang tersedia bagi kita di dunia yang kedalamnya kita lahir.

IV. PEMBAHASAN

Pemaknaan Perkembangan Fashion Style

Perkembangan fashion dengan keberadaannya pada masa sekarang khususnya dikalangan remaja di kota Bandung yang memiliki trend fashion yang cukup dapat dikatakan sebagai barometer fashion di kota-kota besar di Indonesia, terbukti dengan penelitian yang peneliti lakukan dengan observasi di beberapa distro, factory outlet, dan pusat-pusat perbelanjaan di kota Bandung yang semakin menjamur dan banyak dikunjungi para wisatawan domestik dari berbagai kota. Sejarah fashion yang sudah peneliti uraikan pada bab sebelumnya, sudah ada sejak jaman manusia purba dengan menutupi tubuh mereka dengan kulit hewan, dan berkembang pada masa raja-raja sebagai simbol kewibaan.

Peran media tidak luput dari keberadaan perkembangan fashion. Peran media sangat memegang penting mengenai keberadaan fashion,

ini membuat sebuah analisa baru dari peneliti mengenai perkembangan fashion pada masa sekarang. Analisa peneliti mengenai peran media terhadap keberadaan fashion mendapat sebuah temuan-temuan baru dilapangan banyak responden-responden yang mengakui ada dan pentingnya keberadaan tersebut. Itu menunjukkan akan pentingnya peran media yang menjadi elemen penting terhadap keberadaan fashion.

Berdasarkan Teori komunikasi Massa (*Mass Communication*) yang menyatakan bahwa orang yang menunjukkan perilaku massa (*Mass Behavior*) dapat dinyatakan sebagai komunikasi massa karena telah melakukan interaksi terhadap khalayak. Secara tidak langsung fashion dapat dinyatakan sebagai alat komunikasi karena fashion dapat menyampaikan apresiasi dan pendapat kepada khalayak.

Analisa mengenai norma/nilai yang peneliti dapat dilapangan, memiliki suatu pemikiran bahwa semakin kurangnya remaja yang masih menghargai akan imej warga negara Indonesia dengan pemilik kepercayaan di dunia.

Pemaknaan cara berfashion oleh remaja di Bandung

Fashion adalah sebuah ekspresi diri yang memungkinkan setiap orang mencoba berbagai peran dalam hidup. Fashion adalah perubahan penting agar hidup dapat selalu menyenangkan. Fashion dapat berbicara apa saja, dari bisikan halus sampai teriakan yang menguraas tenaga, atau bahkan sebuah kerlingan atau senyuman, mengubah kepercayaan diri dalam sebuah gaya berpakaian.

Peran dan kegiatan seseorang dalam kesehariannya sangat berkaitan dengan pakaian apa yang dipakainya. Setiap orang dipengaruhi oleh status peranannya, apakah sebagai teman, kakak, adik, suami, istri, ayah, ibu, kakek, nenek, kerabat, karyawan, konsumen, rekan kerja, kolega bisnis, dan lainnya. Pekerjaan juga menuntut seseorang untuk berpakaian seperti orang lain pikirkan tentang pekerjaan itu. Sebuah pekerjaan yang bergengsi tentu tidak sesuai jika menggunakan stelan kerja yang dibeli dari pasar loak. Hal ini menyatakan bahwa fashion style bisa memperlihatkan status sosial dari penggunanya.

Kelompok afiliasi adalah hal yang paling utama dalam fashion. Sebuah kelompok mengidentifikasi dirinya dengan sebuah gaya fashion tertentu yang sesuai dengan budayanya. Maka demikian fashion dapat menjadi penghubung antar budaya yang memiliki kesamaan. Hal ini mengakibatkan fashion menjadi alat ukur perubahan sosial.

Peneliti menemukan bahwa cara berfashion dapat mencerminkan sikap para remaja di kota Bandung, karena cara berpakaian kita akan menimbulkan suatu image atau pandangan

dari orang lain yang melihat cara kita berfashion dan pasti fashion yang kita sukai terpengaruhi dengan sikap kita. sebuah pencitraan atau image dalam berfashion, bagaimana kita berfashion kita bisa menciptakan sebuah image buat diri kita sendiri.

V. PENUTUP

Perkembangan fashion style di kalangan remaja kota Bandung telah berkembang pesat mengikuti modernisasi. Tidak sedikit remaja di kota Bandung yang sangat mempedulikan fashion style di Bandung dengan kepentingan sekolah. Hal ini menyatakan bahwa fashion style untuk kalangan remaja sangat lah penting. Dengan didukungnya peran media, fashion style menjadi suatu kebutuhan sekunder bagi para remaja di kota Bandung.

Fashion style yang pada jaman dahulu hanya berfungsi sekedar cara berpakaian telah berrevolusi menjadi salah satu alat komunikasi tidak langsung untuk memperlihatkan status sosial dan perubahan sosial terhadap kalangan remaja. Hal ini mendapatkan point positif untuk kalangan remaja agar dapat lebih percaya diri karena adanya fashion style. Cara berfashion dan pilihan jenis berfashion saat ini dapat menjadi tolak ukur untuk melihat sikap dan perilaku para remaja di kota Bandung. Trend fashion style di kota-kota besar termasuk Bandung, saat ini di dominasi oleh jenis fashion hijabers, mulai dari yang casual, formal,

elegan, dan glamour. Hal ini membuktikan ukuran gaya berfashion itu akan selalu dinamis.

REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnard, Malcolm. 2007. *Fashion sebagai komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Ernawati, dkk. 2008. *Tata Busana*. Klaten : PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kriantono, Rachmat. 2010. *Teori Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, Afifa. 2003. *Desain Busana*. Bandung: Yapemdo.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.