

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fashion tak dapat lepas dari kehidupan manusia dan terus berkembang di dalamnya. *Fashion designer* terkemuka dunia, Coco Chanel mengatakan “*Fashion is not something what exists in dresses only. Fashion is in the sky, in the street; fashion has to do with ideas, the way we live, what is happening*” (<http://www.cocochanelquotes.org/>), *fashion* merefleksikan ide, pola hidup dan fenomena masyarakat disekitarnya, sehingga setiap kumpulan masyarakat tertentu mempunyai *fashion* tersendiri. Misalnya Indonesia yang memiliki busana batik, kebaya, pakaian adat papua, dan lain sebagainya sebagai refleksi dari kebudayaan masing-masing daerah di Indonesia. busana busana tersebut memang bukanlah *fashion* umum yang digunakan sehari-hari, namun digunakan sebagai identitas diri pada acara-acara tertentu yang merefleksikan budaya, sejarah pendahulu mereka.

Hal tersebut menjadi menarik untuk dikaji jika dikaitkan dengan negara Jepang yang umumnya konservatif, yaitu negara yang memelihara dan meneruskan nilai-nilai dan ideologi budayanya. Jepang terkenal sangat menjunjung tinggi nilai sejarah dan budaya di kehidupan masyarakatnya sehingga meskipun Jepang merupakan negara maju dengan segala teknologi dan bidang lainnya, namun mereka tetap mempertahankan ide-ide dari leluhur mereka. Jepang menunjukkan naluri yang kuat untuk menjamin kelangsungan hidup negara dan budayanya, maka Jepang mau tidak mau harus menerima

dan mengambil hal – hal baru yang biasa disebut dengan *westernisasi*. Ketika ada hal baru yang diambil dari luar, dengan cepat hal tersebut disebarluaskan ke seluruh rakyat, namun tanpa mengorbankan budaya itu sendiri. (Sayidiman, 1982 : 192)

Dewasa ini, setelah masuknya hal-hal baru bagi Jepang yang berasal dari belahan dunia bagian barat, Jepang memiliki pandangan baru mengenai dunia *fashion*. Dunia *fashion* di Jepang terus berkembang sampai Jepang menjadi salah satu “kiblat *fashion*” atau pusat trend mode dunia, hal itu dibuktikan melalui designer terkemuka Jepang, seperti Kenzo Takada, Hiroshi Fujiwara, dan dan Keita Maruyama yang turut ambil bagian dalam *Paris Fashion Collection* pada tahun 1997 (Sugimoto, 2008; Godoy & Varianian, 2007). Tak hanya itu, *fashion* berkembang lebih intim di masyarakat Jepang yang berragam, khususnya daerah Tokyo dan Osaka, juga terkenal akan *street fashion* (istilah mode busana jalanan) yang begitu populer. (Hesti, 2012 : 2)

Street fashion ialah sebuah *fashion* yang unik yang diciptakan oleh pelopor seni yang terinspirasi dari budaya kontemporer (dictionary.com). *Street fashion*_umumnya terlahir ditengah-tengah keberagaman manusia, budaya, dan daya hidup dari suatu kelompok masyarakat. *Street fashion* lahir terbentuk untuk menjadi ciri khas, identitas diri, atau pembeda antara kelompok tertentu ditengah kelompok umum lainnya. Di Ibukota Jepang, Tokyo, mempunyai peran besar dalam memperkenalkan keunikan dan keragaman *fashion* di Jepang. Seperti *fashion* di Shibuya yang bergerak sangat cepat sesuai dengan kebudayaan remaja yang terus menerus berubah,

misalnya Harajuku yang melahirkan berbagai bentuk subkultur dalam *fashion* melalui gaya visual, Ginza yang menawarkan eksklusifitas bagi orang – orang dewasa dan berbagai tempat lainnya di Tokyo yang turut menyumbangkan keragaman seperti *fashion* Jepang (Anggraini, 2008 : 3). Hal tersebut menunjukkan kecenderungan suatu kelompok untuk membuat *fashion* mereka sendiri untuk membedakan diri dengan kelompok daerah lainnya.

Pada saat orang mendengar tentang *fashion* Jepang, maka hal pertama yang terpikirkan adalah *Harajuku style*. Pada dasarnya, *Harajuku style* bukan satu – satunya gaya *street fashion* yang tumbuh dan berkembang dikawasan urban di Tokyo, tetapi masih ada *Shibuya Style* dan *Akiba Style*. Meskipun demikian *Harajuku Style* memang yang paling terkenal diantara ketiga *Street fashion* tersebut. *Street fashion* menjadi sangat populer dikalangan anak muda Jepang dan berkembang sangat pesat tidak hanya di Jepang saja tetapi hingga keluar Jepang. Salah satu *Street fashion* yang sangat digemari anak muda Jepang saat ini adalah *Street fashion* yang berasal dari Shibuya, yaitu *Gyaru*. Pada saat ini, *gyaru* dapat dikatakan sebagai salah satu trend modern di Jepang.

Gyaru (ギャル) adalah kata serapan dalam bahasa Jepang untuk *gal*, *slang* untuk *girl* (gadis, anak perempuan) dalam bahasa Inggris. Istilah *gyaru* di pakai untk gadis-gadis muda berusia 15 hingga 20 tahunan yang *fashionable*. Menggunakan busana model khas dan unik, rambut dicat warna warni, tata rias wajah diluar kebiaaan dan pemilihan perpaduan busana yang *kontroversial*. Busana yang dikenakan *gyaru* di pengaruhi majalah mode yang

dibaca mereka. *Gyaru* pertama kali dikenal pada tahun 1980-an. Gadis di kota-kota pada masa itu dipengaruhi oleh paham *matrearialisme* pada puncak pertumbuhan ekonomi Jepang. Menurut Matsumoto (2002 : 126), salah satu alasan mengapa remaja Jepang sarat akan penampilan yang aneh dan mencolok adalah karena kebanyakan dari mereka adalah remaja yang ingin mencari keunikan dan ingin terus mengubah penampilan. Kemudian , menurut Nobuaki Higa, mantan kepala editor majalah Teen's Road, banyak dari tren yang muncul berasal dari festival tersebut berlangsung, banyak yang ingin berpenampilan lain daripada yang lain agar tampak mencolok di muka umum (Macias,2007 : 9).

Trend *gyaru* yang ada saat ini tidak di ketahui darimana asalnya, namun ada beberapa pendapat yang di kemukakan masyarakat setempat. Ada yang mengatakan kalau *gyaru* salah satu hasil pembaruan budaya antara Jepang dengan kebudayaan barat khususnya Amerika, ada pula yang mengatakan kalau *gyaru* merupakan bentuk pemberontakan orang – orang Jepang atas nama konservatif (NIONJI, 2008), selain itu ada pula yang mengatakan *gyaru* hanyalah suatu cara mengekspresikan diri orang muda di Jepang.

Para pengikut tren ini adalah rata – rata remaja Jepang yang masih duduk dibangku SMA yang merasa kurang percaya diri dengan penampilan mereka dan jati diri mereka yang sebenarnya, sehingga mereka menutup wajah mereka dengan *make-up* yang tebal dan atribut – atribut lainnya seperti pakaian yang mencolok sehingga menarik perhatian orang lain. (contoh gambar terlampir)



Gambar 1.1 (kiri) dan 1.2(kanan): contoh gyaru fashion style

Kogal dan *Kogyaru* adalah *style gyaru* pertama hingga mulai dikenal dan menjadi sebuah fenomena. Tidak ada data pasti kapan *kogal* atau *style gyaru* pertama ini muncul di jalanan Shibuya, namun pada awal tahun 1990, jalanan Shibuya bermunculan gadis sekolah dengan rambut coklat, rok sekolah pendek, kulit gelap (*tanned*), membawa tas jinjing mahal ala Eropa dan syal Burberry (néojaponisme.com). *Image kogal* dimata masyarakat kurang baik karena adanya oknum *kogal* yang terlibat *enjo kosai* atau “*paid dating*”, yang bersedia untuk mengajak jalan – jalan pria dewasa yang sudah bekerja dibandingkan pergi bersama teman – teman seusia mereka (Hesti, 2012). Namun tentu saja tidak semua *kogyaru* merupakan *enjo kosai*, ada juga yang melakukan *arubaito* atau kerja sampingan yang dilakukan setelah sekolah. Itu semua demi membeli barang – barang ber-merk yang mahal seperti tas, baju, sepatu peralatan make-up yang populer di kalangan *gyaru* yang sejati dan untuk memenuhi gaya kehidupan mereka akan *fashion* agar dapat menarik perhatian orang – orang. Saat ini *gals* telah berevolusi dengan gaya yang lebih “*glamour*” dan sangat identik dengan “*materialistis*”. (Valerie Steele, 2010)

Sebagai pengamat dan pembelajar bahasa dan budaya Jepang, selayaknya penulis meneliti bagaimana budaya berpakaian / *fashion* dapat berkembang dan dapat diterima di negara lain sejalan dengan era globalisasi dalam suatu keadaan sosial yang dipengaruhi oleh budaya suatu negara, seperti di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang menjalin kerjasama dengan negara Jepang. seperti yang dilansir di website www.bppt.go.id, dikatakan bahwa Indonesia Jepang menjalin kerjasama sejak tahun 1958 dalam berbagai bidang, termasuk sosial budaya yang menyebabkan pertemuan antar budaya lokal dan budaya Jepang yang unik, budaya yang diresap dengan cepat dikalangan pemuda-pemudi yang haus akan hal-hal baru, membuat fenomena unik yang perlu untuk dibahas, mengingat *street fashion gyaru* yang nyentrik diadopsi dalam kehidupan anak muda di Indonesia.

Fashion sangat berpengaruh pada tingkat sosial masyarakat. Pernyataan diatas dikuatkan dalam buku *Fashion, Culture and Identity* mengatakan seorang pengamat budaya harus menambahkan pertanyaan dalam penelitiannya “dapatkah baju berbicara? Apa yang membuat mereka menjadi *fashion*?” jika mereka peka terhadap daya tarik *fashion* yang menggugah rasa ingin tahu mereka dalam bidang ini. Pembicaraan mengenai *fashion* atau budaya berpakaian itu berasal dari budaya dan struktur sosial, sebuah proses yang berlangsung dalam sebuah masyarakat sosial (Davis, 1994:4), hingga membahas bagaimana *street fashion gyaru* yang berasal dari Jepang dapat diterima dengan baik dikalangan muda, terutama wanita Indonesia, menjadikan perlu untuk diteliti.

Di Indonesia, khususnya dikota—kota besar, para pemuda-pemudinya menerima dengan baik adanya perubahan. Apalagi masuknya *pop culture* Jepang di Indonesia terbilang cepat dibantu dengan kemajuan teknologi komunikasi, membuat jumlah pecinta budaya negara lain semakin meningkat, terutama budaya yang berasal dari Jepang. Di antara banyak kota di Indonesia, kota Malang dan Surabaya adalah kota dengan jumlah pecinta budaya pop Jepang. Hal ini terbukti dengan menjamurnya komunitas-komunitas para pecinta budaya pop Jepang dan *event-event* budaya pop Jepang di berbagai kalangan di Surabaya. Konsulat Jendral Jepang Surabaya, Noboru Nomura mengatakan bahwa sejumlah karakter budaya pop asal Jepang yang masuk ke Indonesia banyak diminati oleh masyarakat, terutama anak-anak dan kalangan generasi muda (antarajatim.com, 2014). Tidak kalah jauh seperti di Malang, terdapat banyak komunitas dan *event-event* kejepangan yang terkenal di Indonesia (tribunnews.com, 2016)

Pada tahun 2010, *fashion style gyaru* tetap mengalami perkembangan bahkan disaat banyaknya *street fashion* semakin menjamur di Jepang. Dilansir dalam salah satu web komunitas *gyaru* yang terkenal, *neojaponisme.com*, mengatakan bahwa di Jepang pada tahun 2010, *fashion style gyaru* mengalami titik puncak baru dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut, dalam skripsi ini akan dibahas bagaimana perkembangan fenomena *gyaru* dari tahun 2010 hingga tahun 2016, dimana skripsi ini disusun.

Berdasarkan uraian diatas, maka skripsi ini akan membahas tentang perkembangan *street fashion gyaru* asal Jepang di Indonesia sejak tahun 2010-2016.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penulis telah membatasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan *fashion gyaru* pada remaja Indonesia di Surabaya dan Malang yang difokuskan pada perkembangan *Gyaru* dari tahun 2010 – 2016?

C. Batasan Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis merumuskan bagaimana munculnya *style gyaru* dan perkembangan *style gyaru* di Indonesia, khususnya di Surabaya dan Malang, pada tahun 2010-2016.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui bagaimana *fashion street gyaru* muncul di Surabaya dan Malang.
2. Mengetahui bagaimana perkembangan *fashion gyaru* pada remaja Indonesia di Surabaya dan Malang yang difokuskan pada perkembangan *Gyaru* dari tahun 2010 – 2016.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat membantu dan menambah wawasan tentang konsep-konsep *gyaru style* yang masuk ke Indonesia khususnya kalangan anak muda di kota Surabaya dan Malang, sehingga bermanfaat untuk menelaah budaya populer Jepang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berminat memahami lebih lanjut tentang fenomena *Gyaru*. Dapat memberikan manfaat untuk mengenal lebih jelas dan mendalam mengenai budaya *fashion Gyaru*.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Perkembangan *Street fashion Gyaru* Asal Jepang di Surabaya dan Malang Sejak Tahun 2010-2016.”, maka definisi operasional yang perlu dijelaskan adalah :

1. Perkembangan

Perkembangan merupakan suatu proses yang pasti di alami oleh setiap individu, perkembangan ini adalah proses yang bersifat kualitatif dan berhubungan dengan kematangan seorang individu yang ditinjau dari

perubahan yang bersifat progresif serta sistematis di dalam diri manusia.

Akhmad Sudrajat: 2008, memberikan definisi bahwa :

“Perkembangan dapat diartikan sebagai perubahan yang sistematis, progresif dan berkesinambungan dalam diri individu sejak lahir hingga akhir hayatnya atau dapat diartikan pula sebagai perubahan-perubahan yang dialami individu menuju tingkat kedewasaan atau kematangannya.

2. *Street fashion*

Street fashion adalah cara atau gaya berpakaian yang tercipta di lingkungan sosial yang dipengaruhi berbagai faktor dan terlepas dari adanya profesionalitas didalamnya.

3. *Gyaru*

Gyaru adalah suatu penampilan khas yang berbeda dalam kalangan wanita muda Jepang.

G. Objek Penelitian dan Sumber Data

Yang menjadi objek penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah *fashion culture* atau budaya berbusana *Gyaru* di Indonesia, khususnya Surabaya dan Malang pada dewasa ini.

Sumber data yang akan penulis gunakan adalah para pelaku *street fashion* yang ada di Indonesia untuk mengamati perkembangan *street fashion* mereka dari tahun 2010 hingga 2016.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian penulisan skripsi ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Metode kualitatif ialah metode penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Iskandar, 2008: 186).

Sedangkan Menurut Emzir (2012:18) etnografi adalah ilmu penulisan tentang suku bangsa, menggunakan bahasa yang lebih kontemporer, Etnografi dapat diartikan sebagai penulisan tentang kelompok budaya. Menurut Ary, dkk (2010:459) etnografi adalah studi mendalam tentang perilaku alami dalam sebuah budaya atau seluruh kelompok sosial.

Dalam penelitian ini kelompok budaya yang akan diteliti adalah Fenomena perkembangan *street fashion gyaru* di Jepang pada tahun 2010-2016.

I. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan. pada bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian, objek penelitian dan sumber data, definisi operasional, dan sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teoretis, pada bab ini penulis menguraikan teori yang dijadikan sebagai landasan atau dasar dalam membahas permasalahan penelitian. Selain uraian teoretis, bab ini juga akan mencantumkan kutipan-kutipan, cara pandang dari pakar mengenai *Gyaru*.

Bab III Metodologi Penelitian: pada bab ini berisikan metode penelitian yang digunakan disertai penjabaran mengenai alasan dipilihnya metode tersebut. Teknik pengumpulan data, proses penelitian, objek penelitian, dan sumber data.

Bab IV Analisis Data: pada bab ini akan diuraikan tentang bagaimana masuk dan berkembangnya *fashion streetGyaru* di Indonesia dari tahun 2010-2016.

Bab V Kesimpulan dan Saran: pada bab ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dari hasil analisis data yang telah dilakukan, sedangkan rekomendasi berisi tentang implikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan.