

**IDENTIFIKASI GAYA BUSANA POP KOREA DAN
INTERPRETASINYA DI INDONESIA**

(Studi Kasus: *Girl Band* dan *Boy Band* Indonesia)

TESIS

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Magister dari
Institut Teknologi Bandung**

Oleh

YUNITA FITRA ANDRIANA

NIM: 27110035

(Program Studi Desain)



INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG

2013

ABSTRAK
IDENTIFIKASI GAYA BUSANA POP KOREA DAN INTERPRETASINYA
DI INDONESIA

Studi Kasus *Girl Band* dan *Boy Band* Indonesia

Oleh

YUNITA FITRA ANDRIANA

NIM: 27110035

(Program Studi Magister Desain)

Saat ini fenomena budaya pop Korea mewabah di seluruh penjuru Asia dan bahkan dunia, begitupun di Indonesia. Sejumlah *entertainer* yang secara visual meniru *boy band* dan *girl band* dari Korea seperti ‘SM*SH,’ ‘Princess’ dan ‘Cherry Belle’ bermunculan. Selain itu bermunculan juga komunitas *cover dance* dan komunitas pecinta Korea di kalangan remaja Indonesia. Para *entertainer*, komunitas *cover dance* dan pecinta Korea di Indonesia kerap meniru gaya berbusana ikon budaya pop Korea yang paling populer di Indonesia yaitu, *girl band* dan *boy band K-pop*. Walaupun menariknya, gaya busana yang ditampilkan oleh para ikon pop Korea ini sebenarnya merupakan adopsi dari gaya barat, namun istilah gaya ala Korea tetap digunakan dalam hingar bingar fenomena *The Korean Wave*. Hal ini memunculkan asumsi bahwa adanya misinterpretasi di kalangan masyarakat Indonesia yang menyebutkan gaya yang sebenarnya hasil adopsi dari gaya barat ini sebagai gaya Korea. Perlu diketahui perbedaan yang terdapat di antara kedua gaya tersebut sehingga dapat diidentifikasi batas-batas yang menjadi patokan seseorang atau sebuah komunitas bergaya ala Korea di mata masyarakat Indonesia. Selanjutnya, dengan diidentifikasinya batas-batas ini maka dapat diketahui juga pergeseran preferensi masyarakat Indonesia, khususnya para remaja, dari yang sebelumnya mengacu pada gaya barat kini memiliki alternatif acuan gaya baru yaitu, gaya Korea.

Penelitian ini menggunakan metode estetik khususnya analisis visual yang bersifat kualitatif. Metode ini digunakan untuk menjabarkan secara spesifik ciri dari gaya busana yang dianggap sebagai gaya Korea oleh masyarakat Indonesia, gaya barat yang menjadi induk gayanya, serta gaya busana remaja Indonesia (studi kasus *girl band* dan *boy band* Indonesia).

Berdasarkan data dan hasil analisa, asumsi awal tidak dapat dibuktikan. Gaya berbusana yang ditampilkan oleh para ikon budaya pop Korea memang mengadopsi elemen-elemen gaya barat namun dengan modifikasi dan cara menampilkan yang berbeda. Sedangkan gaya busana yang ditampilkan oleh remaja Indonesia karena meniru cara mengenakan elemen gaya yang sama dengan gaya busana yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea, maka gaya remaja Indonesia juga dapat dikatakan sebagai gaya Korea.

Kata kunci: budaya pop, *the Korean wave*, *K-pop*, fesyen

ABSTRACT
IDENTIFICATION OF KOREAN POP DRESSING STYLE AND IT'S
INTERPRETATION IN INDONESIA
(Study Case: Indonesian Girl Band and Boy Band)

By
YUNITA FITRA ANDRIANA
NIM : 27110035
(Graduate Program Master of Design)

Korean Pop culture in recent years has spreads its influence across Asian countries even for rest of the world as well, including Indonesia. Numerous entertainers in Indonesia such as 'SM*SH', 'Princess', and 'Cherry Belle' visually influenced by popular Korean boy bands and girl bands. Moreover, some Korean pop culture enthusiast communities and Korean style cover dance groups have emerged among Indonesian teenagers. The entertainers and those communities in Indonesia are well known copied the dressing style of Korean boy bands and girl bands. Interestingly the style of Korean boy bands and girl band are originally adopted from western street style. However, the term of "Korean style" is still used as the common term to describe it in the Korean Wave phenomenone. It induces an assumption that there is a misinterpretation among Indonesian in which consider the adopted western street style introduced by Korean pop culture icon as the Korean style. Those two styles need to be distinguished to identificating characteristic of the style that regarded as Korean style by the Indonesian people. With this identification, Indonesian teenager's preferences in dressing style can be known.

This research employ aesthetic method specifically qualitative visual analysis. This method employed for identificating characteristic of the dressing style that regarded as Korean style, western style as its origin style, and also Indonesian teenager dressing style (case of study Indonesian girl band and boy band).

Based on the data and research results, the initial assumption that stated there is misinterpretation among the Indonesian people about dressing style which is regarded as Korean style cannot be proved. Korean popular culture icon's dressing style has been adopting the elements of western style, but it also has been modified and showed in a different ways of style. But Indonesian teenager's dressing style has been imitating the way of Korean popular culture icon dressing, so Indonesian teenager's style can be considered as Korean style.

Keywords: pop culture, the Korean wave, K-pop, fashion.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS	iv
LEMBAR PERUNTUKAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR SKEMA	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Batasan Masalah	5
I.4 Tujuan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Metode Penelitian	7
I.6.1 Metode Penelitian	7
I.6.2 Pendekatan	8
I.6.3 Pengumpulan Data	9

I.6.4	Alur Penelitian	9
I.6.5	Skema Pemikiran	11
I.7	Sistematika Penulisan	13
BAB II	KEBUDAYAAN DAN FESYEN	14
II.1	Kebudayaan	14
II.1.1	Budaya Populer	15
II.2	Fesyen (<i>Fashion</i>)	15
II.2.1	Unsur Fesyen (<i>Element of Fashion</i>)	16
II.2.1.1	Siluet	17
II.2.1.2	Garis	18
II.2.1.3	Detail	19
II.2.1.4	Tekstur	24
II.2.1.5	Bahan	24
II.2.1.6	Warna	28
II.2.2	Pergerakan Fesyen (<i>Movement of Fashion</i>)	29
II.2.3	<i>Fashion Leaders and Fashion Followers</i>	31
II.2.4	Teori-Teori Adopsi Fesyen (<i>Theories of Fashion Adoption</i>)	32
II.3	Busana	34
II.3.1	Fungsi Busana	34
II.3.2	Jenis-Jenis Busana dan Pelengkap Busana	35
II.4	<i>Street Style</i>	38
II.4.1	Sejarah <i>Street Style</i> Barat	39
BAB III	THE KOREAN WAVE DAN K-POP DI INDONESIA	50
III.1	<i>The Korean Wave</i>	50

III.1.1 <i>K-Pop</i>	52
III.1.2 <i>Fashion</i> yang Ditampilkan Oleh Ikon <i>K-pop</i>	56
III.2 <i>K-Pop</i> di Indonesia	75
III.2.1 Komunitas Pecinta Korea di Indonesia	76
III.2.2 <i>Girl Band</i> dan <i>Boy Band</i> Indonesia	78
BAB IV ANALISA IDENTIFIKASI GAYA BUSANAYANG DISEBUT SEBAGAI GAYA KOREA DI INDONESIA DAN KAITANNYA DENGAN GAYA BARAT, SERTA PENGARUHNYA TERHADAP GAYA BUSANA REMAJA INDONESIA	85
IV.1 Analisa Identifikasi Gaya yang Disebut Sebagai Gaya Korea di Indonesia dan Kaitannya dengan Gaya Barat	85
IV.1.1 Analisa Gaya Ikon <i>K-pop</i> di Indonesia	86
IV.1.2 Hasil Analisa Gaya Ikon <i>K-pop</i>	114
IV.1.2.1 Hasil Analisa Gaya <i>Girl Band K-pop</i>	114
IV.1.2.2 Hasil Analisa Gaya <i>Boy Band K-pop</i>	116
IV.1.2.3 Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat Oleh Ikon <i>K-pop</i>	118
IV.2 Analisa Pengaruh Gaya yang Disebut Sebagai Gaya Korea di Indonesia Terhadap Gaya Remaja Indonesia	121
IV.2.1 Analisa Gaya Busana Remaja Indonesia	122
IV.2.2 Hasil Analisa Gaya Remaja Indonesia	134
IV.2.2.1 Hasil Analisa Gaya Remaja Perempuan Indonesia	134
IV.2.2.2 Hasil Analisa Gaya Remaja Laki-Laki Indonesia	136
IV.2.2.3 Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Ikon <i>K-pop</i> oleh Remaja Indonesia	138
BAB V PENUTUP	146
LAMPIRAN	149
DAFTAR PUSTAKA	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>Korean Popular Music (K-Pop)</i>	2
Gambar I.2 Ikon <i>K-pop</i>	3
Gambar I.3 <i>Boy band</i> dan <i>girl band</i> Indonesia	4
Gambar I.4 Salah satu <i>event cover dance</i> di Indonesia	4
Gambar II.1 Siluet	17
Gambar II.2 Beragam kerutan, lipatan dan <i>pleats</i>	19
Gambar II.3 Garis hias pada pakaian	19
Gambar II.4 Beberapa contoh detail: bentuk kerah dan bentuk lengan	20
Gambar II.5 Beberapa contoh detail: bentuk saku dan bentuk <i>cuff</i> atau manset	20
Gambar II.6 Beberapa contoh <i>trimming</i> : kancing dan simpul pita	23
Gambar II.7 Jenis-jenis motif bahan tekstil	26
Gambar III.1 Konser ‘SM Town’ di Le Zénith, Paris	51
Gambar III.2 <i>Girl Band K-pop</i>	53
Gambar III.3 <i>Boy Band K-pop</i>	53
Gambar III.4 Penyanyi solo <i>K-pop</i> yang sukses di mancanegara	54
Gambar III.5 <i>Channel resmi entertainment</i> Korea di YouTube	55
Gambar III.6 <i>K-pop girl band</i> ‘Kara’ sebagai duta ‘ <i>K-pop Cover Dance Festival</i> ’	56
Gambar III.7 ‘G-Dragon,’ ikon fesyen <i>K-pop</i> yang menjadi <i>trend setter</i>	57
Gambar III.8 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Into The New World.’	59
Gambar III.9 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Girls Generation.’	59
Gambar III.10 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Kissing You.’	60
Gambar III.11 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Baby Baby.’	60
Gambar III.12 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Gee.’	61
Gambar III.13 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Genie.’	62
Gambar III.14 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Chocolate Love.’	62
Gambar III.15 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Oh!.’	63
Gambar III.16 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Run Devil Run.’	64
Gambar III.17 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Hoot.’	64
Gambar III.18 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘The Boys.’	65

Gambar III.19 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Mr. Taxi.’	66
Gambar III.20 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘Dancing Queen.’	66
Gambar III.21 Kostum dari <i>single</i> ‘Girls Generation,’ ‘I Got a Boy.’	67
Gambar III.22 Kostum <i>Single</i> ‘Twins’	68
Gambar III.23 Kostum <i>Single</i> ‘Miracle’	68
Gambar III.24 Kostum <i>Single</i> ‘U’	69
Gambar III.25 Kostum <i>Single</i> ‘Dancing Out’	69
Gambar III.26 Kostum <i>Single</i> ‘Don’t Don’	70
Gambar III.27 Kostum <i>Single</i> ‘Marry You’	70
Gambar III.28 Kostum <i>Single</i> ‘Sorry Sorry’	71
Gambar III.29 Kostum <i>Single</i> ‘It’s You’	71
Gambar III.30 Kostum <i>Single</i> ‘Bonamana’	72
Gambar III.31 Kostum <i>Single</i> ‘No Other’	72
Gambar III.32 Kostum <i>Single</i> ‘Mr. Simple’	73
Gambar III.33 Kostum <i>Single</i> ‘Superman’	73
Gambar III.34 Kostum <i>Single</i> ‘A-Cha’	74
Gambar III.35 Kostum <i>Single</i> ‘Sexy, Free and Single’	74
Gambar III.36 <i>K-drama</i> yang populer di Indonesia, ‘ <i>Full House</i> ’	75
Gambar III.37 Konser ‘SM Town’ di Jakarta	76
Gambar III.38 Komunitas pecinta Korea ‘Hansamo’	77
Gambar III.39 <i>Cover dance boy band K-pop</i> dari komunitas ‘Hansamo’	77
Gambar III.40 Kostum dari <i>single</i> ‘Cherry Belle,’ ‘Dilema’	79
Gambar III.41 Kostum dari <i>single</i> ‘Cherry Belle,’ ‘Love is You’	80
Gambar III.42 Kostum dari <i>single</i> ‘Cherry Belle,’ ‘Brand New Day.’	81
Gambar III.43 Kostum dari <i>single</i> ‘I Heart You’	82
Gambar III.44 Kostum dari <i>single</i> ‘Senyum Semangat’	82
Gambar III.45 Kostum dari <i>single</i> ‘Ada Cinta’	83
Gambar III.46 Kostum dari <i>single</i> ‘Pahat Hati’	83
Gambar III.47 Kostum dari <i>single</i> ‘Rindu Ini’	84

DAFTAR SKEMA

Skema 01. Alur Penelitian	10
Skema 02. Skema Pemikiran	12
Skema 03. <i>Fashion Cycle</i>	30
Skema 04. Proses <i>Traditional Fashion Adoption</i>	33
Skema 05. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat oleh <i>Girl band K-pop</i>	118
Skema 06. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat oleh <i>Boy band K-pop</i>	120
Skema 07. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya <i>Girl Band</i> Korea Oleh Remaja Perempuan Indonesia	139
Skema 08. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya <i>Boy Band</i> Korea Oleh Remaja Laki-Laki Indonesia	141
Skema 09. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat oleh Ikon <i>K-pop</i> dan Gaya Busana Ikon <i>K-pop</i> oleh Remaja Indonesia	142

DAFTAR GRAFIK

Grafik III.1 Hasil poling terhadap komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung mengenai <i>boy band K-pop</i> yang paling populer di Indonesia	58
Grafik III.2 Hasil poling terhadap komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung mengenai <i>boy band K-pop</i> yang paling populer di Indonesia	58
Grafik III.3 Hasil poling terhadap komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung mengenai <i>girl band</i> Indonesia yang secara visual paling mirip dengan <i>girl band K-pop</i>	78
Grafik III.4 Hasil poling terhadap komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung mengenai <i>boy band</i> Indonesia yang secara visual paling mirip dengan <i>boy band K-pop</i>	78
Grafik IV.1 Presentase kemunculan elemen gaya dari gaya barat pada tampilan gaya <i>girl band K-pop</i>	114
Grafik IV.2 Presentase kemunculan elemen gaya dari gaya barat pada tampilan gaya <i>boy band K-pop</i>	116

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	86
Tabel IV.2 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	87
Tabel IV.3 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	88
Tabel IV.4 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	89
Tabel IV.5 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	90
Tabel IV.6 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	91
Tabel IV.7 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	92
Tabel IV.8 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	93
Tabel IV.9 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	94
Tabel IV.10 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	95
Tabel IV.11 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	96
Tabel IV.12 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	97
Tabel IV.13 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	98
Tabel IV.14 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Korea	99
Tabel IV.15 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	100
Tabel IV.16 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	101
Tabel IV.17 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	102
Tabel IV.18 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	103
Tabel IV.19 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	104
Tabel IV.20 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	105
Tabel IV.21 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	106
Tabel IV.22 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	107
Tabel IV.23 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	108
Tabel IV.24 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	109
Tabel IV.25 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	110
Tabel IV.26 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	111
Tabel IV.27 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	112
Tabel IV.28 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Korea	113

Tabel IV.29 Hasil Analisa Gaya <i>Girl Band</i> Korea	115
Tabel IV.30 Hasil Analisa Gaya <i>Boy Band</i> Korea	117
Tabel IV.31 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Indonesia	122
Tabel IV.32 Analisis Gaya <i>Girl Band</i> Indonesia	123
Tabel IV.33 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Indonesia	124
Tabel IV.34 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Indonesia	125
Tabel IV.35 Analisis Gaya <i>Boy Band</i> Indonesia	126
Tabel IV.36 Analisis Gaya Komunitas Pecinta Korea di Indonesia	127
Tabel IV.37 Analisis Gaya Komunitas Pecinta Korea di Indonesia	128
Tabel IV.38 Analisis Gaya Komunitas Pecinta Korea di Indonesia	129
Tabel IV.39 Analisis Gaya Komunitas Pecinta Korea di Indonesia	130
Tabel IV.40 Analisis Gaya Komunitas Pecinta Korea di Indonesia	131
Tabel IV.41 Analisis Gaya Komunitas Pecinta Korea di Indonesia	132
Tabel IV.42 Analisis Gaya Komunitas Pecinta Korea di Indonesia	133
Tabel IV.43 Hasil analisa gaya remaja perempuan Indonesia yang diasumsi meniru tampilan gaya <i>girl band K-pop</i>	135
Tabel IV.44 Hasil analisa gaya remaja laki-laki Indonesia yang diasumsi meniru tampilan gaya <i>boy band K-pop</i>	137
Tabel IV.45 Rangkuman Proses Adopsi pada Gaya Barat Oleh Ikon <i>K-pop</i> dan Gaya Ikon <i>K-pop</i> Oleh Remaja Indonesia	143

DAFTAR ISTILAH

<i>A-line</i>	: Garis yang menyerupai huruf A, yaitu sempit pada bagian atas.
<i>Ankle Strapped</i>	: Jenis sepatu yang menggunakan tali pada pergelangan kaki.
<i>Armlet</i>	: Gelang pada lengan.
<i>Bell Shaped</i>	: Bentuk lonceng
<i>Blouse</i>	: Kemaja wanita, blus.
<i>Boots</i>	: Sepatu boots.
<i>Bloomers</i>	: Celana pendek yang diikat dekat lutut, pakaian olah raga wanita.
<i>Bouffant</i>	: Lengan baju berbentuk sasak.
<i>Bow collar</i>	: Kerah baju memakai simpul.
<i>Buckle</i>	: Gesper, mengaitkan, melengkung.
<i>Cheerful</i>	: Riang, gembira, sukacita, periang, menyenangkan.
<i>Chic</i>	: Perlente, apik.
<i>Choker</i>	: Kalung pendek.
<i>Colorful</i>	: Bermacam – macam paduan warna.
<i>Dress</i>	: Gaun; pakaian.
<i>Elbow-length gauntlet</i>	: Sarung tangan panjangnya samapi siku.
<i>Eyelets</i>	: Lubang tali sepatu
<i>Fashion Follower</i>	: Pengikut, penyokong gaya, cara, mode.
<i>Fashion Leader</i>	: Pemimpin gaya, cara, mode.
<i>Fashion show</i>	: Pameran mode.
<i>Fashion stylist</i>	: Pengarang yang bagus gaya cara, mode.
<i>Fashion system</i>	: Sistem, susunan gaya, cara, mode.
<i>Finishing</i>	: Pekerjaan penyelesaian, penghalusan.

<i>Flare</i>	: Menyala, melebar.
<i>Focal point</i>	: Titik fokus.
<i>Headband</i>	: Ikat kepala.
<i>High heel</i>	: Tumit tinggi.
<i>Hoodie sport jacket</i>	: Jaket untuk olah raga dengan penutup kepala.
<i>Innovator</i>	: Penemu cara baru, pembaharu.
<i>Jogging shoes</i>	: Sepatu olahraga untuk lari Jogging.
<i>Lacing</i>	: Jenis bukaan atau penutupan pada busana.
<i>Legging</i>	: Pembalut kaki.
<i>Leg warmer</i>	: Penutup kaki.
<i>Mainstream</i>	: Pilihan sebagai besar orang pada umumnya.
<i>Mass production</i>	: Produksi massal
<i>Mix & match</i>	: Padu padan.
<i>Open front vest</i>	: Rompi dengan bagian muka terbuka
<i>Printed stocking</i>	: Kaos kaki dengan motif yang dicetak
<i>Puff sleeve</i>	: Lengan baju bergelembung
<i>Ruffle</i>	: Kerut, lipatan
<i>Semi tight skirt</i>	: Jenis rok.
<i>Skinny pants</i>	: Celana panjang kurus.
<i>Slim</i>	: Langsing, ramping.
<i>Sneaker</i>	: Sepatu karet
<i>Spike</i>	: Paku panjang.
<i>Stocking</i>	: Kaus kaki sepanjang tungkai kaki
<i>Studded</i>	: Tempelan dari logam
<i>Suede</i>	: Kulit halus untuk sarung tangan sepatu dll.

<i>Sweater</i>	: Baju hangat dari wol.
<i>Tank-top</i>	: Jenis atasan tanpa lengan
<i>T-shirt</i>	: Kaos dengan model potongan yang sederhana
<i>Tweed</i>	: Kain wol tebal.
<i>Youth Culture</i>	: Kebudayaan, peradaban generasi muda
<i>Zetgeist</i>	: Semangat pada era atau zaman tertentu
<i>Zipper</i>	: Alat bukaan atau tutup pada pakaian

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Popular culture atau *pop culture*, selanjutnya disebut sebagai budaya pop, merupakan hasil kebudayaan yang dikonsumsi oleh massa sehingga menjadikannya populer. Budaya pop juga dianggap sebagai sesuatu yang kontemporer dan bersifat sementara, namun perannya sebagai pembentuk pandangan baru di kalangan masyarakat tidak dapat dipungkiri. Menurut Sorapure (2001: h 4) budaya pop merupakan pengetahuan dan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah kelompok dalam waktu tertentu. Karena memiliki kesamaan, budaya pop merefleksikan dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat; dan karena budaya pop terhubung dengan waktu dan tempat tertentu maka budaya pop bersifat sementara, sesuatu yang berubah, dan seringkali menjadi awal perubahan.

Budaya pop yang saat ini tengah melanda berbagai negara terutama negara-negara di Asia adalah budaya pop yang berasal dari Korea Selatan. Korea saat ini tengah membentuk *mainstream* baru di berbagai negara melalui *K-pop* (musik pop Korea), serial drama, film dan *video game*. Kesuksesan budaya pop Korea ini terbukti dengan munculnya istilah “*The Korean Wave*” sebagai bentuk ungkapan seberapa besar pengaruh budaya pop yang disebarkannya. Istilah *Korean wave* sendiri dalam bahasa Korea disebut *hallyu*. Fenomena yang berhasil menjadikan Korea sebagai *Asian Hollywood* mengubah istilah *hallyu* menjadi *hallyu-wood*. Seperti yang diungkapkan oleh Iwabuchi (2008: h 16) bahwa sejak tahun 2006, produk budaya pop Korea termasuk drama televisi, musik pop, dan yang lain sebagainya telah dikonsumsi oleh penggemarnya yang menyebar di seluruh penjuru Asia. Lalu pada tahun 2010, *The Korean Wave* mulai menyebarkan popularitasnya di Eropa dan Amerika. Sama halnya dengan di Asia, di Eropa dan Amerika pun beragam produk budaya pop Korea laris dan meraih angka popularitas yang tinggi.



Gambar I.1. *Korean Popular Music (K-Pop)*, salah satu produk budaya pop Korea
 (Sumber: <http://busan.for91days.com/tag/> diunduh pada 5 Desember 2012 pk. 13: 13 WIB)

Budaya pop Korea sebenarnya telah dimulai pada pertengahan tahun 1990an, diawali dengan popularitas drama Korea di China, Taiwan dan Hongkong. Lalu di akhir tahun 1990an, *K-pop* atau musik pop Korea mulai meraih popularitasnya di Asia. Ikon pop Korea yang muncul dari *K-pop*, yang memberi pengaruh sangat besar dan memiliki nilai komersialitas yang sangat tinggi adalah para *girlband* dan *boyband* seperti ‘Girls Generation’, ‘Super Junior’ dan ‘Wondergirls’. Pada perkembangannya, penggemar para ikon *K-pop* ini mencapai angka jutaan dan tersebar di seluruh negara-negara Asia dan bahkan Eropa. Tidak hanya gaya berbusana saja, tetapi juga gaya berbicara serta perilaku para ikon *K-pop* ini turut menjadi *trend*. Seperti yang diungkapkan oleh Malcolm Barnard (1996: h 11) *fashion* bukan hanya apa yang kita kenakan, tetapi *fashion* juga adalah apa yang kita lakukan. Selanjutnya, *trend fashion* ini berkembang dan memunculkan *trend ‘cover dance.’* Para penggemar *K-pop* membentuk grup imitasi ikon *K-pop* idola mereka, meniru gaya busananya, *dance*-nya dan juga gaya bicara serta perilaku mereka.

Fenomena budaya pop Korea pun turut mewabah di Indonesia. Sejumlah *entertainer* Indonesia, yang secara visual menyerupai *boy band* dan *girl band* dari Korea seperti ‘SM*SH,’ ‘Princess’ dan ‘Cherry Belle’ bermunculan. *Girl band* dan *boy band* ini oleh masyarakat Indonesia kerap disebut bergaya Korea. Hal yang mengejutkan adalah, sejumlah *entertainer* ‘tiruan’ tersebut juga meraih popularitas yang cukup tinggi. Selain munculnya para *entertainer* tersebut, di Indonesia muncul pula komunitas penyuka kebudayaan Korea yang didominasi oleh remaja. Mereka kerap melakukan kegiatan berkumpul bersama hanya untuk

sekedar berbagi informasi atau mempelajari segala sesuatu bernuansa kebudayaan Korea. Sama halnya dengan yang terjadi di negara-negara lain, para anggota komunitas ini membentuk grup imitasi ikon *K-pop* idola mereka, meniru gaya busananya, *dance*-nya dan juga gaya bicara serta perilaku mereka. Grup imitasi yang disebut dengan grup *cover dance* ini banyak bermunculan di berbagai daerah di Indonesia, sebut saja ‘Sweet Generation’, yaitu sebuah grup yang beranggotakan para penggemar ikon *K-pop* ‘Girls Generation’. Jika ‘Girls Generation’ debut di bawah naungan *SM Entertainment*, maka ‘Sweet Generation’ debut di ‘Soulmate’ *Entertainment* yang terletak di Samarinda, Kalimantan Timur. ‘Sweet Generation’ ini kerap meniru seluruh gerakan *dance* ‘Girls Generation’ dan bergaya seperti idolanya. Selain ‘Sweet Generation,’ terdapat pula sejumlah grup *cover dance* lain seperti ‘Before School’ (*cover dance* grup musik Korea ‘After School’), ‘SUNSHINee’ (*cover dance* grup musik Korea ‘SHINee’) dan ‘F(x)ion’ (*cover dance* grup musik Korea ‘F(x)’).



Gambar I.2. Ikon *K-pop*

(Sumber: <http://azmynisca.blogspot.com> diunduh pada 5 Desember 2012 pk. 13:39 WIB)

Munculnya *girl band* dan *boy band* Indonesia yang secara visual menyerupai ikon *K-pop* serta komunitas *cover dance*, menunjukkan bahwa *trend fashion* yang mewabah bersama ‘*The Korean wave*’ juga melanda Indonesia. Hal ini memunculkan pemikiran bahwa ‘kiblat’ *fashion* bagi generasi muda Indonesia yang selama ini mengacu pada negara-negara barat seperti Perancis, Italia dan USA, kini mulai beralih pada ‘kiblat’ baru yang berasal dari Korea. Walaupun melalui pengamatan sekilas gaya busana yang ditampilkan oleh para ikon pop Korea ini sebenarnya merupakan adopsi dari gaya barat, namun istilah gaya Korea meluas di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini memunculkan asumsi bahwa

adanya misinterpretasi di kalangan masyarakat Indonesia yang menyebutkan gaya yang sebenarnya hasil adopsi dari gaya barat ini sebagai gaya Korea. Apa yang membedakan antara kedua gaya berbusana tersebut? Batas-batas mana yang menjadi patokan seseorang atau sebuah komunitas bergaya ala Korea di mata masyarakat Indonesia? Dengan mengetahui batas-batas ini maka dapat diketahui apakah preferensi masyarakat Indonesia, khususnya para remaja, dari yang sebelumnya mengacu pada gaya barat kini mengalami pergeseran? Hal ini perlu diketahui untuk memperkirakan *trend fashion* selanjutnya yang akan muncul.



Gambar I.3. *Boy band* dan *girl band* Indonesia

(Sumber: <http://flashradiountirta.com> diunduh pada 5 Desember 2012pk. 14:03 WIB)



Gambar I.4. Salah satu *event cover dance* di Indonesia

(Sumber: <http://article.wn.com/> diunduh pada 5 Desember 2012 pk. 14:00 WIB)

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat dirumuskan bahwa terdapat misinterpretasi masyarakat Indonesia mengenai gaya busana yang sesungguhnya

merupakan gaya hasil adopsi dari gaya barat, dianggap sebagai gaya Korea. Berkaitan dengan hal tersebut, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah,

1. Bagaimana pergeseran gaya barat pada gaya busana yang dapat diidentifikasi melalui ikon budaya pop Korea?
2. Ciri-ciri apa saja yang dapat diidentifikasi dan membedakan gaya busana ikon budaya pop Korea di negara asalnya dengan yang telah diadopsi oleh remaja Indonesia?

I.3 Batasan Masalah

Identifikasi yang dimaksud dalam penelitian ini berdasarkan pengertian identifikasi itu sendiri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia identifikasi berarti, tanda kenal diri; bukti diri; penentu atau penetapan identitas seseorang, benda dsb. Sedangkan mengidentifikasi berarti menentukan atau menetapkan identitas. Dalam penelitian ini, identitas yang ditelusuri dan ditetapkan adalah identitas dari tampilan gaya busana ikon budaya pop Korea untuk menganalisa pergeseran yang terjadi pada gaya tersebut di Indonesia. Hasil identifikasi pergeseran tersebut selanjutnya dirangkum dalam bentuk pemetaan gaya busana.

Gaya Korea yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah gaya yang ditampilkan oleh para ikon pop Korea, yang meraih popularitas di Indonesia hingga ditiru dan ditampilkan oleh komunitas pecintanya serta oleh sejumlah *entertainer* Indonesia. Sedangkan yang dimaksud dengan gaya barat dalam penelitian ini mengacu pada *streetstyle* di negara-negara barat yaitu, Perancis, Jerman, Italia, Spanyol, Belanda, Inggris, USA dan Jamaika (Zeshu: 1997 h 188). *Streetstyle* ini muncul setelah perang dunia ke dua usai di pertengahan tahun 1940an, lalu berkembang ketika generasi *baby boomers* beranjak dewasa di tahun 1960an. Saat itu, generasi *baby boomers* ini melepaskan diri dari keluarga terutama orang tua mereka dan membentuk keluarga baru dengan membentuk komunitas-komunitas. Seperti yang diungkapkan oleh Polhemus (1994: h 13-14), mereka bersama komunitasnya mencoba menunjukkan identitas untuk membedakan antara 'us' dan 'them,' antara komunitas dan orang-orang di luar komunitas tersebut. Cara paling sederhana dan efektif menunjukkan identitas

adalah melalui tampilan visual, yaitu melalui gaya. Gaya yang menjadi ciri dari setiap komunitas inilah yang kemudian disebut dengan *streetstyle*. Gaya yang terangkum dalam *streetstyle* yang berkembang dari dekade 40an hingga 90an ini bergabung menjadi *supermarket of style*, yang diadopsi oleh generasi setelah *baby boomers*, ditiru dan lalu dimodifikasi.

Selanjutnya, pengidentifikasian gaya Korea dan gaya barat sebagai masalah yang diangkat dalam penelitian ini dibatasi seperti berikut ini,

1. Gaya yang diteliti adalah gaya yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea. Budaya pop Korea sebelumnya dibatasi terlebih dahulu, difokuskan pada *K-pop* yaitu musik pop Korea. Maka gaya ikon budaya pop Korea yang dikaji dalam penelitian ini adalah gaya ikon *K-pop*, spesifikasi ciri yang menjadikannya berbeda dengan gaya yang lain.
2. Juga dalam penelitian ini akan dikaji gaya barat untuk membuktikan bahwa gaya yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea merupakan hasil adopsi dari gaya barat. Seperti uraian sebelumnya, gaya barat yang dikaji dibatasi ke dalam *streetstyle* yang berkembang dalam kurun waktu tahun 1940an hingga 1990an.
3. Identifikasi *fashion* remaja Indonesia dibatasi dengan studi kasus:
 - Komunitas pecinta Korea di kota Jakarta dan Bandung
 - Para *entertainer* Indonesia yang secara visual menyerupai *entertainer* dari Korea Selatan.

Pengidentifikasian ini untuk mengetahui sejauh mana *fashion* ala Korea diadopsi oleh remaja Indonesia serta mengidentifikasi ciri gaya yang menjadi batas patokan seseorang atau sebuah komunitas dapat dikatakan bergaya ala Korea oleh masyarakat Indonesia.

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Mengidentifikasi pergeseran gaya barat pada tampilan busana ikon budaya pop Korea

2. Mengidentifikasi pergeseran yang terjadi pada gaya busana ikon budaya pop Korea setelah diadopsi oleh remaja Indonesia

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat di bidang keilmuan *fashion design* maupun praktis seperti yang diuraikan di bawah ini,

1. Pada bidang keilmuan desain khususnya dalam bidang *fashion design*, dapat membuka wawasan mengenai pergeseran gaya barat pada gaya busana ikon budaya pop Korea serta pergeseran gaya busana ikon budaya pop Korea setelah diadopsi oleh remaja Indonesia
2. Pada bidang praktis *fashion design*, penelitian ini bermanfaat sebagai referensi dalam mendesain koleksi busana bagi remaja Indonesia

I.6 Metode dan Alur Penelitian

I.6.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode estetik, khususnya analisis visual yang bersifat kualitatif. Analisis visual yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis terhadap visualisasi gaya busana. Metode estetik yang diterapkan dalam penelitian ini berdasarkan teori-teori estetika, khususnya teori yang dikemukakan oleh A.A.M. Djelantik (1999: h 52) yang menyatakan bahwa gaya merupakan penonjolan yang setelah sangat menarik perhatian, cepat ditiru oleh pihak lain sehingga menjadikannya penonjolan milik bersama dan kita kenal dengan istilah '*style*'. Walaupun tidak meniru persis seperti yang asli, dan masing-masing pihak sempat membuat penonjolan tersebut sesuai dengan kepribadiannya sendiri, dan karena itu bisa memberikan identitas tersendiri maka gaya mempunyai pengertian yang lebih individual. Dalam penelitian ini, penonjolan atau gaya tersebut ditampilkan pertama kali oleh gaya barat, lalu muncul kembali dalam tampilan gaya yang disebut gaya Korea oleh masyarakat Indonesia, dan lalu ditiru oleh remaja Indonesia.

Seperti yang juga dikemukakan oleh A.A.M. Djelantik (1999: h 17) bahwa unsur-unsur estetika terdiri dari wujud atau rupa, bobot atau isi, serta penampilan atau penyajian. Wujud merupakan apa yang terlihat oleh mata, terdiri dari bentuk dan struktur, dengan unsur-unsur bentuk yang terdiri dari titik, garis, bidang dan ruang. Lalu terdapat bobot yang merupakan unsur yang dihayati dan dirasakan, bukan hanya apa yang dilihat oleh mata. Gaya merupakan unsur yang berkaitan erat antara keduanya, tidak hanya apa yang terlihat atau wujud, tetapi juga berkaitan erat dengan bobot atau isi.

Objek dalam penelitian ini yaitu gaya, akan diidentifikasi berdasarkan unsur-unsur estetika pembentuknya, baik wujudnya yang terlihat oleh mata maupun bobot atau isinya yang tidak nampak oleh mata.

I.6.2 Pendekatan

Pengolahan data untuk mengungkapkan gaya yang dianggap sebagai gaya Korea merupakan hasil adopsi dari gaya barat, akan dilakukan pemecahan gaya seperti yang dilakukan oleh Takamura Zeshu dalam bukunya *Roots of Streets Style*, yang menjabarkan gaya berdasarkan ciri yang paling khas dan nilai historisnya. Selanjutnya, pemecahan gaya ini juga akan didukung oleh teori Ted Polhemus dalam bukunya *Street Style* yang mengupas ragam *streetstyle* secara historis. Sedangkan dalam menjabarkan spesifikasi ciri beberapa gaya yang menjadi objek dalam penelitian ini, akan dilakukan dengan pendekatan unsur-unsur *fashion* berdasarkan teori Elaine Stone yang mengemukakan bahwa, komponen *fashion* terdiri dari siluet, detail, tekstur dan warna. Selain itu akan digunakan juga teori dari Gini S. Frings yang menyatakan bahwa elemen desain dalam desain *fashion* terdiri dari warna, bahan, garis, bentuk dan detail. Selanjutnya hasil pengolahan data tersebut dapat menemukan batas-batas mana seseorang atau suatu komunitas dapat dikatakan bergaya ala Korea di mata masyarakat Indonesia. Selain itu juga menemukan sejauh mana gaya busana ala budaya pop Korea diadopsi oleh remaja Indonesia.

I.6.3 Pengumpulan Data

1. Data pustaka

Data pustaka diperoleh melalui beragam sumber seperti buku, majalah, *website* dan acara liputan di TV

2. Observasi

Observasi mengenai gaya remaja Korea Selatan dan gaya ikon *K-pop* dilakukan secara langsung dengan studi kasus di kota Seoul dan juga secara tidak langsung melalui media internet, televisi serta media cetak. Selain itu, untuk mengidentifikasi *trend fashion* yang tengah marak di kalangan remaja Indonesia dan kaitannya dengan pengaruh budaya pop Korea dilakukan observasi langsung dan tidak langsung dengan studi kasus kota Jakarta dan Bandung. Observasi langsung dilakukan di sejumlah *event* komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung, pusat perbelanjaan serta berbagai toko aksesoris. Sedangkan observasi tidak langsung dilakukan melalui media cetak, media televisi serta internet.

3. Wawancara

Tahap selanjutnya, akan dilakukan wawancara pada sejumlah remaja Indonesia komunitas pecinta Korea untuk mengidentifikasi kaitan pengaruh Budaya pop Korea terhadap *trend fashion* remaja Indonesia.

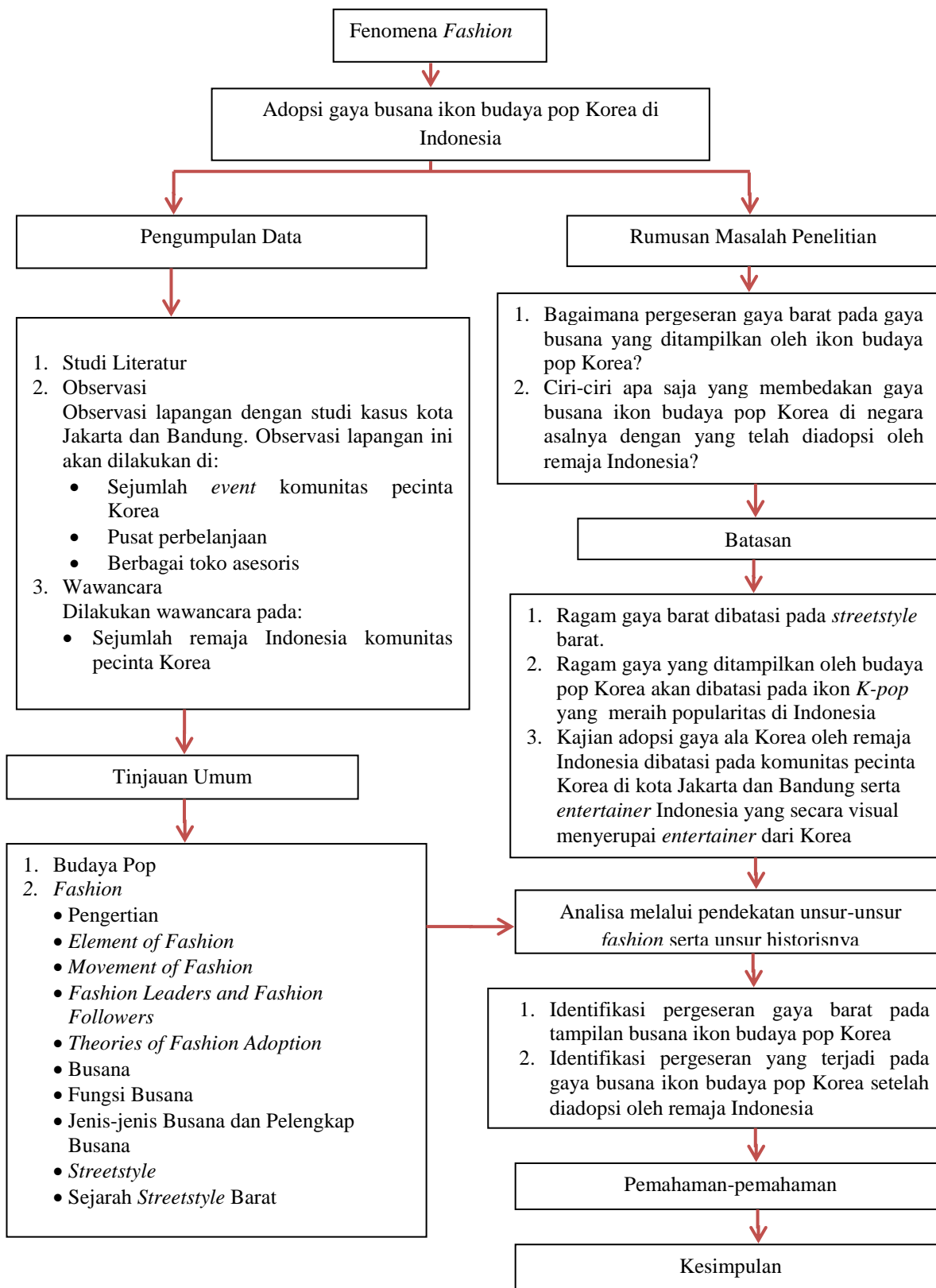
4. Penyebaran angket

Pengumpulan data yang bersifat kuantitatif akan dilakukan melalui penyebaran angket kepada para remaja Indonesia komunitas pecinta Korea di Bandung dan Jakarta

I.6.4 Alur Penelitian

Alur penelitian merupakan skema yang memperlihatkan proses operasional penelitian. Dalam skema ini dipaparkan tahapan-tahapan penelitian yang dimulai dari fenomena yang ada di tengah masyarakat, proses pengumpulan data dan rumusan masalah dari fenomena tersebut. Lalu dilanjutkan dengan tahap tinjauan teori, analisa dan pengambilan kesimpulan. Berikut ini merupakan alur dari penelitian ini,

ALUR PENELITIAN



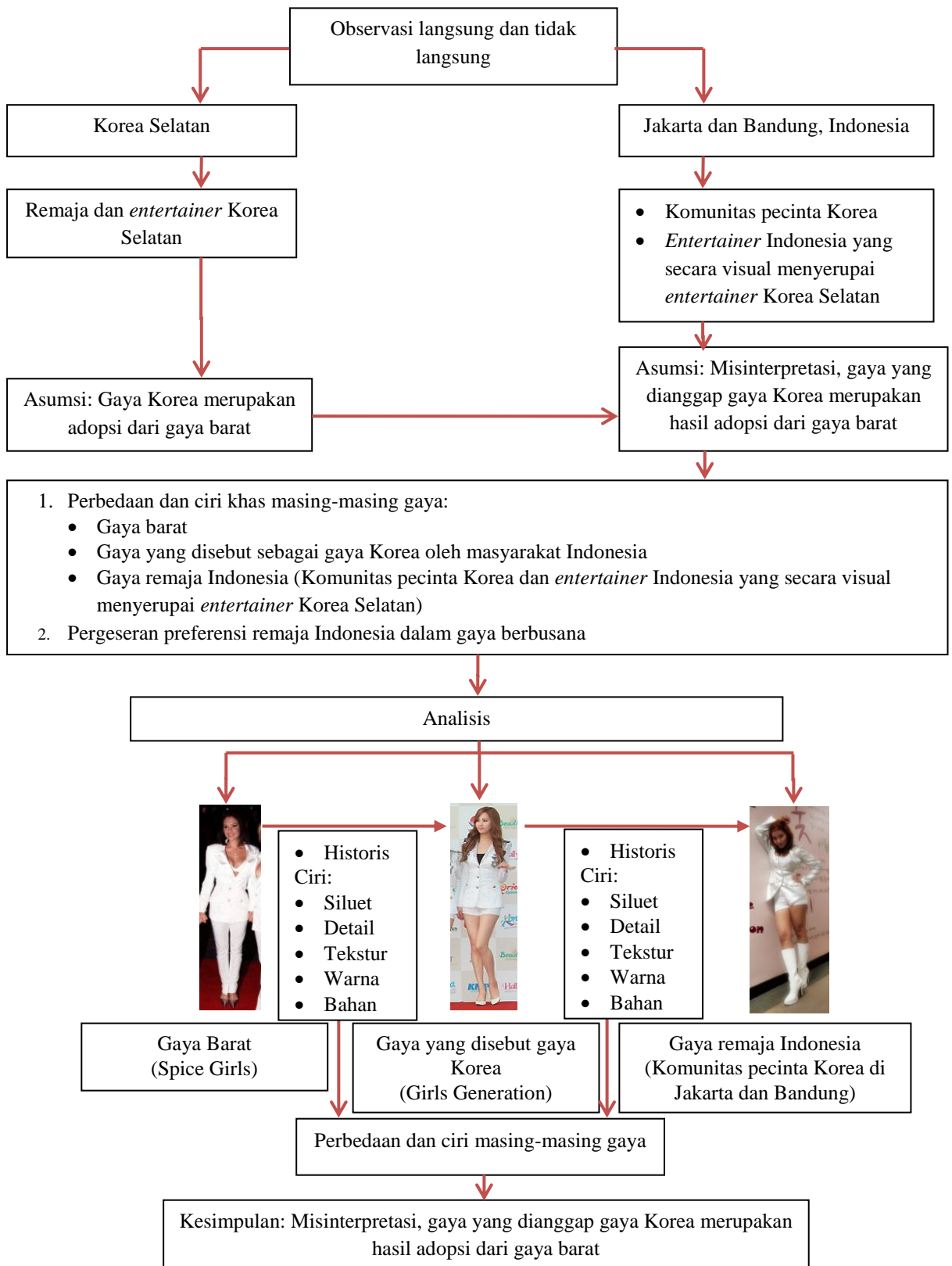
Skema 01. Alur Penelitian

Berdasarkan skema alur penelitian di atas, fenomena yang dibahas dalam penelitian ini adalah fenomena *fashion* yang menyinggung proses adopsi gaya busana pada gaya busana barat oleh ikon budaya pop Korea, dan gaya busana ikon budaya pop Korea tersebut oleh remaja Indonesia. Proses pengumpulan data dilakukan dengan studi literatur, observasi langsung dan tidak langsung serta wawancara pada komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung. Berdasarkan data mengenai fenomena yang dikaji, dirumuskan permasalahan penelitian yang kemudian dibatasi dan dianalisa. Hasil analisa ini kemudian menghasilkan pemahaman-pemahaman yang menjawab rumusan masalah penelitian yang telah diungkapkan pada proses sebelumnya.

I.6.5 Skema Pemikiran

Skema pemikiran memperlihatkan alur pemikiran yang mendasari segala proses dalam penelitian ini. Diawali dengan observasi yang dilakukan secara langsung serta tidak langsung di Korea Selatan dan di Bandung serta Jakarta, muncul pemikiran mengenai gaya busana yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea sebenarnya merupakan hasil adopsi dari gaya barat. Pemikiran ini lalu melahirkan asumsi adanya misinterpretasi masyarakat Indonesia terhadap gaya busana yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea. Bertolak dari asumsi ini, muncul pemikiran bahwa diperlukan adanya spesifikasi dari gaya barat, gaya busana ikon budaya pop Korea serta gaya remaja Indonesia yang mengadopsi gaya busana ikon budaya pop Korea. Spesifikasi gaya busana ini dilakukan dengan memecah ketiga gaya tersebut dengan teori historis dan teori elemen-elemen gaya, sehingga dapat mengungkap proses adopsi yang terjadi di antara ketiganya. Pengungkapan proses adopsi ini diperlukan untuk mengetahui pergeseran yang terjadi pada gaya barat setelah diadopsi oleh ikon budaya pop Korea, jika asumsi awal tidak terbukti maka dapat dikatakan bahwa ‘kiblat’ *fashion* remaja Indonesia telah beralih, dari negara-negara barat ke Korea. Peralihan ‘kiblat’ *fashion* ini perlu dikaji untuk mengetahui pergeseran preferensi remaja Indonesia dalam gaya berbusana. Berikut ini merupakan skema pemikiran yang mengawali serangkaian proses penelitian dalam tesis ini,

SKEMA PEMIKIRAN



Skema 02. Skema Pemikiran

I.7 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah dan batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, serta metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini akan dipaparkan teori-teori mengenai budaya dan transformasinya. Pada bab ini juga akan dipaparkan teori-teori *fashion* yang menjabarkan spesifikasi gaya, elemen *fashion*, perkembangan dan prinsip *fashion*, jenis-jenis pakaian serta pelengkapannya. Selain itu akan disertakan juga teori adopsi *fashion*.

Bab III Data Penelitian

Pada bab ini dipaparkan kumpulan data yang berkaitan dengan berbagai gaya ala budaya pop Korea yang populer di Indonesia serta beragam gaya barat yang diperkirakan sebagai asal dari gaya yang diadopsi oleh budaya pop Korea. Pada bab ini juga akan ditampilkan data hasil observasi mengenai *fashion* remaja Indonesia yang mengadopsi gaya ala Korea, serta data hasil wawancara terhadap sejumlah remaja Indonesia komunitas pecinta Korea dan pengamat *fashion* Indonesia. Selain itu, pada bab ini dipaparkan juga data hasil penyebaran angket.

Bab IV Analisis Data

Pada bab ini seluruh data penelitian yang terkumpul akan dianalisis berdasarkan berbagai teori yang digunakan untuk menjabarkan spesifikasi ciri gaya, menguji hipotesa yang telah dikemukakan sebelumnya, serta untuk mencapai tujuan penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini mencakup kesimpulan dan saran dari serangkaian proses penelitian dan hasil yang diperoleh.

Bab II Kebudayaan dan Fesyen

II.1 Kebudayaan

Kebudayaan menurut JWM Bakker (1984: h 142) merupakan penciptaan, penertiban serta pengolahan nilai-nilai insani, yang berarti proses kerja dan aktivitas. Juga menurut Bakker (1984: h 113-115), kebudayaan berubah seiring dengan perubahan hidup masyarakat. Perubahan tersebut berasal dari pengalaman baru, pengetahuan baru, teknologi baru dan akibatnya dalam penyesuaian cara hidup dan kebiasaannya kepada situasi baru. Perubahan ini menyangkut akulturasi budaya yang pada prosesnya terjadi pertemuan antara dua kebudayaan, terdapat penerimaan dari nilai-nilai kebudayaan lain, nilai baru diinkorporasi dalam kebudayaan lama. Dalam proses akulturasi, terdapat reaksi-reaksi baik itu merupakan resistensi ataupun penerimaan gegabah tanpa kritik. Untuk tercapainya akulturasi yang baik, maka perlu dipenuhi beberapa syarat sebagai berikut,

a. Syarat Persenyawaan (*affinity*)

Sebuah penemuan baru diterima tanpa ‘*shock*,’ bila kebudayaan *acceptor* telah mampu menemukan hal semacam itu sendiri.

b. Syarat Keseragaman (*homogeneity*)

Semakin serupa taraf dan corak peradaban antara kebudayaan donor dan kebudayaan *acceptor* maka semakin lancar peminjaman unsur baru.

c. Syarat Fungsi

Unsur-unsur dari kebudayaan asing dapat bertahan dan bercampur dengan kebudayaan *acceptor* jika jelas kemanfaatan dan terdapat absensi dari unsur yang diperlukan tersebut dalam kebudayaan *acceptor*.

d. Syarat Seleksi

Seleksi ditentukan oleh kebutuhan jasmani dan rohani, objektif dilaksanakan menurut habitat dan biome dan selera subjektif. Unsur-unsur baru dari kebudayaan donor dipilih dan dipertimbangkan dengan matang. Jika unsur-unsur baru dipilih tanpa pertimbangan yang matang, maka keutuhan kebudayaan akan terancam. Tiruan dan jiplakan sembarangan pun akan menghasilkan kebudayaan yang campur baur atau bersifat mendua.

II.1.1 Budaya Populer

Budaya pop, merupakan hasil kebudayaan yang dikonsumsi oleh massa sehingga menjadikannya populer. Budaya pop juga dianggap sebagai sesuatu yang kontemporer dan bersifat sementara, namun perannya sebagai pembentuk pandangan baru di kalangan masyarakat tidak dapat dipungkiri. Menurut Sorapure (2001: h 4) budaya pop merupakan pengetahuan dan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah kelompok dalam waktu tertentu. Karena memiliki kesamaan, budaya pop merefleksikan dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat; dan karena budaya pop terhubung dengan waktu dan tempat tertentu maka budaya pop bersifat sementara, sesuatu yang berubah, dan seringkali menjadi awal perubahan.

Budaya populer dapat juga didefinisikan sebagai berbagai aktivitas kultural atau berbagai produk yang bersifat komersial yang mencerminkan dan disesuaikan dengan selera masyarakat banyak (<http://dictionary.reference.com> diunduh pada 30 Desember 2011 pk.20:29 WIB). Budaya populer juga dianggap sebagai sesuatu yang kontemporer dan bersifat sementara, namun perannya sebagai pembentuk pandangan baru di kalangan masyarakat tidak dapat dipungkiri. Karena itu, budaya populer merupakan pembawa perubahan pada kehidupan masyarakat luas, pembentuk *mainstream* yang efeknya akan bertahan dalam jangka waktu yang sangat panjang.

Budaya populer melahirkan *pop icon* sebagai simbol, tokoh dan penggerak lajunya budaya populer itu sendiri. Kepopuleran *pop icon* akan bertahan dalam jangka waktu tertentu yang cenderung singkat, namun efek *mainstream* yang dibentuk olehnya akan bertahan lebih lama.

II.2 Fesyen (*Fashion*)

Fashion, untuk selanjutnya disebut fesyen, merupakan representasi berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Seperti yang didefinisikan dalam kamus webster bahwa fesyen merupakan pemberlakuan kebiasaan, pemakaian atau gaya (*style*), pendefinisian ini tidak membatasi fesyen sebagai pemberlakuan kebiasaan dan gaya dalam satu aspek tertentu. Maka dapat dikatakan bahwa fesyen berhubungan

dengan berbagai aspek dalam aktifitas manusia baik dari segi sosial, politik, ekonomi dan kekuatan artistik yang dimiliki oleh masing-masing era. Melihat *trend* fesyen yang berkembang pada masing-masing periode zaman akan menunjukkan pada kita bagaimana masyarakat berpikir, hidup dan menyukai berbagai hal (Frings: 1987 h 4). Karena itu, fesyen selalu merefleksikan *zeitgeist* suatu era tertentu (Lee: 2005).

Fesyen seringkali dikaitkan dengan istilah gaya atau *style*. Gaya merupakan karakteristik, penyajian atau ekspresi artistik yang bersifat khusus, sedangkan fesyen merupakan gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas grup tertentu yang ada dalam sebuah periode waktu, seberapa pun kecilnya grup tersebut. Fesyen selalu berdasarkan sebuah gaya tertentu, tetapi tidak semua gaya merupakan fesyen. Sebuah gaya akan menjadi fesyen setelah ia meraih popularitas dan diterima oleh masyarakat (Stone: 2006 h 5-6). Pada intinya, karena fesyen merupakan gaya yang diterima oleh masyarakat maka ia merupakan refleksi kehidupan masyarakat pada suatu periode waktu, pembentuk identitas individu dan sebuah kelompok dari berbagai aspek.

Berkembangnya budaya populer serta ikonnya merupakan sumber inspirasi bagi pergerakan fesyen pada masing-masing era. *Pop icon* yang merupakan pembentuk *mainstream* berperan penting sebagai *trendsetter* fesyen yang menginterpretasikan semangat pada era tersebut. Seperti yang diutarakan oleh Soedjatmiko (2008: h 64) bahwa fesyen merupakan pemaknaan budaya yang dibentuk oleh kelompok elite sosial maupun pandangan “pemimpin” tertentu, seperti para tokoh terkenal populer (*pop stars*).

II.2.1 Unsur Fesyen (*Element of Fashion*)

Fesyen secara praktis merupakan gaya berbusana yang dapat menjadi ciri identitas individu maupun kelompok. Menurut Elaine Stone (2006: h 8), fesyen dalam aspek tampilan berbusana mengacu pada komponen-komponennya yang terdiri dari 4 dasar elemen yaitu siluet, detail, tekstur dan warna, sedangkan elemen fesyen ditinjau dari segi desain menurut Gini S. Frings (1987: h 129-137) meliputi warna, bahan, garis, bentuk dan detail. Maka secara garis besar dalam

mengidentifikasi unsur-unsur fesyen, komponen yang dapat ditinjau adalah siluet, garis, detail, tekstur, bahan dan warna.

II.2.1.1 Siluet

Siluet dari sebuah busana secara garis besar merupakan *outline*, atau dapat juga disebut sebagai bentuk. Menurut Frings (1987: h 135), sama halnya dengan fesyen siluet pun mengalami perubahan seiringnya perkembangan zaman. Siluet juga merepresentasikan karakter dan gagasan yang berkembang pada sebuah periode waktu tertentu. Misal pada tahun 1940 siluet wanita yang populer adalah siluet yang maskulin dengan potongan pakaian yang lebar pada bagian bahu. Siluet maskulin ini merepresentasikan karakter wanita yang mengambil alih tanggung jawab pria yang pergi perang pada masa itu.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Stone (2006: h 9), perubahan dan perkembangan siluet dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk dasar yaitu, siluet *bell-shaped* atau *bouffant*, siluet *bustle* atau *back-fullness*, dan siluet *straight* atau *tubular*. Pada zaman sekarang ini, perkembangan siluet hanya berkisar pada siluet lurus saja. Perkembangannya mencakup empat siluet yaitu, *slim*, *rectangular*, *wedge* dan *A-line*.



Gambar II.1 (a) siluet *bell-shaped* atau *bouffant*, (b) siluet *bustle* atau *back-fullness*, (c) siluet *straight*. Perkembangan siluet *straight*: (d) *slim*, (e) *rectangular*, (f) *wedge* dan (g) *A-line*

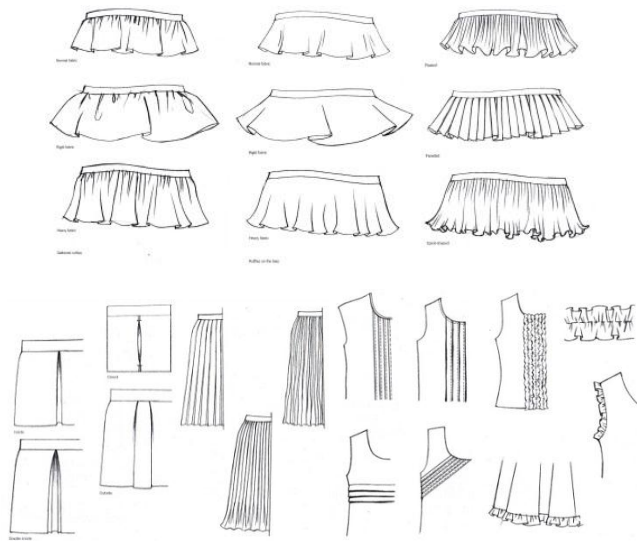
(Sumber: Stone, 2006 : h 9)

Siluet dipengaruhi dan mempengaruhi bentuk tubuh secara visual. Karakter bahan yang mengikuti kontur tubuh akan membentuk siluet yang alami, dipengaruhi oleh bentuk tubuh pemakai. Sedangkan karakter bahan yang kaku dan tidak mengikuti kontur tubuh akan membentuk siluet yang berbeda dengan bentuk tubuh alami pemakai. Siluet yang terbentuk dari karakter bahan seperti ini akan mempengaruhi bentuk tubuh pemakai secara visual. Menurut Riyanto (2003: h 125), busana dapat berfungsi sebagai penutup kekurangan proporsi tubuh hingga terlihat ideal atau mendekati ideal, hal ini disebut sebagai “tipuan mata” (*optical illusion*). Siluet yang mempengaruhi bentuk tubuh pemakai membentuk ilusi optik yang membantu tampilan menjadi lebih baik jika dimanfaatkan dengan tepat.

II.2.1.2 Garis

Garis merupakan elemen struktur yang menentukan daya tarik dari pakaian (Frings: 1987 h 135). Garis mampu menghadirkan kesan tertentu, garis vertikal menghadirkan kesan tulus, agung dan stabil, garis horizontal menghadirkan kesan tenang, sunyi dan diam. Garis lengkung yang lembut menampilkan kesan anggun, garis diagonal menampilkan kesan gerak yang kuat dan bertenaga. Garis zigzag menampilkan kesan penuh kegembiraan dan antusiasme namun juga membingungkan.

Sama halnya dengan siluet, garis juga dapat menimbulkan *optical illusion* atau tipuan mata. Misal garis vertikal dapat memberi kesan melangsingkan tubuh, sedangkan garis horizontal memberi kesan menggemukkan tubuh. Menurut Riyanto (2003: h 130-132), garis yang terdapat pada busana terdiri dari garis hias vertikal, horizontal, diagonal, *princess*, *empire*, *yoke* bahu dan *yoke* panggul. Garis *yoke* adalah garis potong yang dipasang sesuatu seperti pita atau renda. Menurut Frings (1987: h 135), garis hias ini dapat terbentuk dari keliman, bukaan pakaian, *pleats*, kerutan, lipatan, jahitan dan *trimming*.



Gambar II.2 Beragam kerutan, lipatan dan *pleats*
(Sumber: Lafuente, 2007)

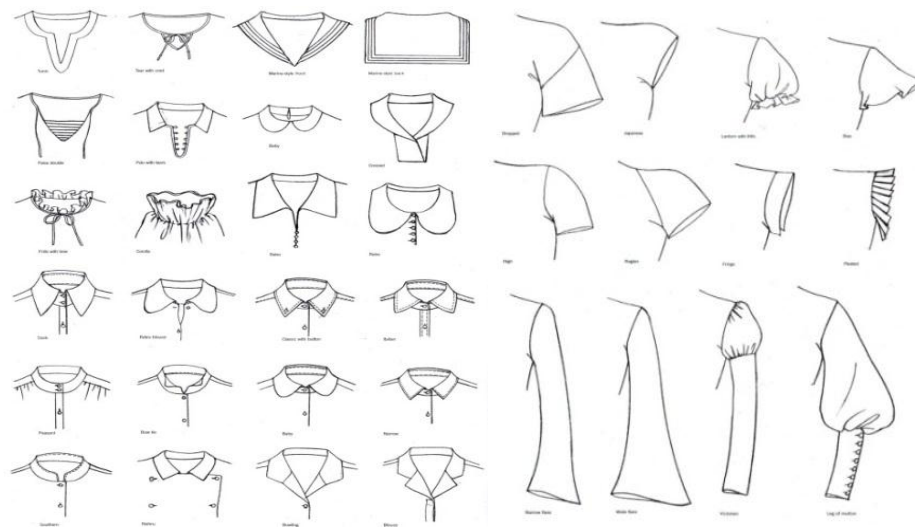


Gambar II.3 Garis hias pada pakaian: (a) vertikal, (b) horizontal, (c) diagonal, (d) *princess*,
(e) *empire*, (f) *yoke bahu*, (g) *yoke panggul*
(Sumber: Riyanto, 2003: h 131)

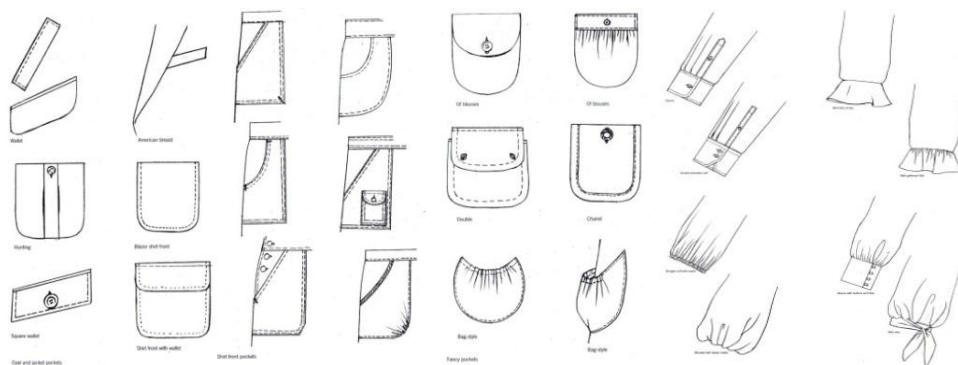
II.2.1.3 Detail

Detail merupakan elemen yang diberikan sebagai sentuhan *finishing* atau dapat juga didefinisikan sebagai elemen yang memberi siluet sebuah bentuk. Menurut Frings (1987: h 137), detail merupakan sentuhan *finishing* yang meliputi keliman, *trimming*, jahitan dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Stone (2006: h 9), detail merupakan elemen yang memberi bentuk pada busana, meliputi panjang

dan lebar baju, bentuk lengan, bentuk saku, bentuk kerah, garis leher dan lain sebagainya.



Gambar II.4 Beberapa contoh detail: bentuk kerah dan bentuk lengan
(Sumber: Lafuente, 2007)



Gambar II.5 Beberapa contoh detail: bentuk saku dan bentuk cuff atau manset
(Sumber: Lafuente, 2007)

Detail pada pakaian juga dapat dibedakan atas, *necklines*, *collars*, *sleeves*, *cuffs*, *opening* dan *pockets* (Zeshu dalam Siregar, 2008: h 38). Berikut ini penjelasan untuk bagian-bagian detail pakaian tersebut,

a. *Necklines*

Necklines atau garis leher merupakan garis pakaian yang terbentuk di sekitar leher. Garis leher terdiri dari garis leher rendah dan garis leher tinggi. Garis leher rendah terdiri dari *round* (*oval*, *crew*, *U-neck*, *ring*, *oblong*, *henley*, *boat*, *round*) dan *V-neck* (*cardigan*, *crossover*, *deep*, *regular*, *keystone*, *spoon*, *v-*

shapped). Variasi lain dalam garis leher rendah terdiri dari *key hole, square, scooped, slashed, diamond, heart, off shoulder, oblong, sweetheart, scalloped, plunging, strapless, camisole, decollete, halter, Y-neck, drawstring, polo, cross muffler, skipper, draped*. Variasi garis leher tinggi terdiri dari *high neck, funnel, off neck, cuffed, bottle neck, mock, roll, turtleneck, french turtle neck*.

b. *Collars*

Collars atau kerah merupakan bahan tambahan yang dijahit untuk menyelesaikan garis leher. Seperti teori Zeshu yang dikutip oleh Siregar (2008: h 38) bahwa kerah terdiri dari *open, cleric, stand, tab, double, detachable, frill, bow, Italian, sailor, button-down, ruffle, regular, one nap, short point, ascot, shawl, peter pan, long point, wide spread, wing, round, dan low*.

c. *Sleeves*

Sleeves merupakan bagian pakaian yang menutupi lengan (Bunka, 1991: h 66)

d. *Cuffs*

Cuffs atau manset merupakan penyelesaian pakaian bagiann lengan dengan menambahkan bahan lain

e. *Opening/ Closing*

Opening/ closing merupakan bagian pakaian yang menyatukan dua bagian menjadi satu untuk mempermudah pemakaian atau pelepasan pakaian

f. *Pockets*

Pockets adalah saku atau kantong kecil yang dijahit pada pakaian

Terdapat juga detail pada pakaian yang disebut *trimming*, terdiri dari dua bagian yaitu *trimming* yang berfungsi langsung seperti benang, *zipper* dan karet, lalu *trimming* yang bersifat dekoratif seperti kancing, pita dan renda (Frings: 1987 h 94). *Trimming* dapat juga diartikan sebagai detail penyelesaian pakaian yang berfungsi untuk memperindah, dibagi menjadi beberapa jenis yaitu, *braids, buttons, feathers, corsage, fringes, ribbon, beading, embroidery, lace, quilting, shirring, pin tucks, rouleaux, applique, smocking, cording, pleats dan frills* (Mortimer dalam Nahari, 2006).

a. *Braids*

Merupakan rajutan, tenunan atau jalinan kecil yang terbuat dari bahan rayon atau bahan lain yang berfungsi sebagai hiasan pada pakaian

b. Buttons

Buttons atau kancing merupakan trimming yang berfungsi sebagai hiasan atau pengikat pada bagian *opening/ closing* pakaian.

c. Feathers

Merupakan *trimming* berupa bulu yang memperindah pakaian. Terdiri dari bulu yang terbuat dari bulu binatang asli seperti bulu kelinci, harimau, ayam dan burung, serta bulu yang terbuat dari bahan sintetis seperti bulu rayon, plastik dan polyester.

d. Corsage

Hiasan pakaian berupa bros berbentuk bunga

e. Fringes

Merupakan rumbai-rumbai yang diletakan di bagian tepi pakaian

f. Ribbon

Ribbon atau pita merupakan kain panjang dengan lebar yang sempit. Dapat terbuat dari berbagai macam bahan tekstil seperti satin, sutra, beludru, organdi, katun dan nilon

g. Beading

Beading atau manik-manik merupakan lempengan atau butiran kecil yang terbuat dari berbagai macam bahan seperti kayu, plastik, bebatuan, dan permata. Manik-manik dapat berbentuk silinder, bulat pipih atau persegi, dijahit dan ditempelkan pada pakaian.

h. Embroidery

Merupakan teknik memperindah pakaian dengan cara menyulam benang pada pakaian. *Embroidery* atau bordir dapat dilakukan secara manual ataupun dengan bantuan mesin.

i. Lace

Lace atau renda merupakan benang atau bahan yang dijahit, dijalin, dirajut hingga membentuk motif tertentu

j. Quilting

Merupakan teknik memperindah bahan dengan cara menjahit suatu motif atau pola tertentu dengan lapisan bahan lain di bagian bawahnya.

k. *Shirring*

Merupakan jahitan di permukaan pakaian hingga menampilkan kerutan kecil.

l. *Roudeaux*

Merupakan lipit kecil pada pakaian hingga nampak bervolume.

m. *Pin Tucks*

Merupakan hiasan pada pakaian berupa jahitan lurus sejajar

n. *Applique*

Merupakan aplikasi tempelan berupa potongan kain yang dijahit pada pakaian

o. *Smocking*

Merupakan teknik jahitan yang menghasilkan pola berupa gelombang pada bahan atau pakaian

p. *Cording*

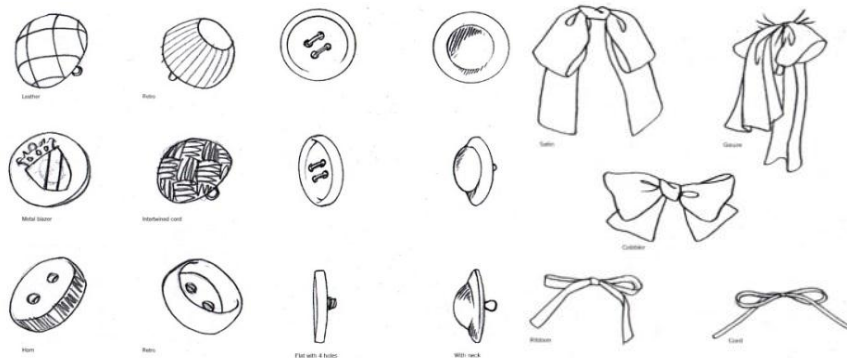
Merupakan tempelan benang pada pakaian yang ditempel dengan bantuan benang jahit atau benang sulam.

q. *Pleats*

Merupakan lipit atau lipatan pada pakaian yang terkesan tidak permanen, dapat berubah-ubah sesuai gerakan pemakai.

r. *Frills*

Merupakan gelombang atau kerutan pada pakaian yang terbuat dari kain yang dipotong serong 45 derajat.



Gambar II.6 Beberapa contoh *trimming*: kancing dan simpul pita

(Sumber: *Fashion Source: Technical Design*, 2007)

II.2.1.4 Tekstur

Tekstur dalam elemen fesyen adalah tampilan dan *'feel'* yang terdapat pada material tekstil, baik yang ditenun maupun yang tidak ditenun (Stone: 2006 h 9). Tekstur dapat memberi kesan dan siluet yang berbeda-beda pada setiap tampilan. Misal, tekstur kain sifon yang halus, ringan dan 'jatuh' akan menonjolkan siluet tubuh yang alami dan memberi kesan feminin. Menurut Riyanto (2003: h 140), tekstur dalam tampilan busana dibagi menjadi dua kelompok yaitu, tekstur yang memberi kesan melangsingkan tubuh: halus, lembut, kusam dan gelap, dan tekstur yang memberi kesan menggemukkan tubuh: kasar, berbulu, mengkilap, kaku, tebal dan kenyal. Berdasarkan kedua teori tersebut, maka tekstur merupakan komponen fesyen yang mempengaruhi siluet serta kesan yang dihasilkan dari sebuah tampilan busana.

II.2.1.5 Bahan

Bahan yang dimaksud dalam elemen fesyen adalah bahan tekstil. Menurut Frings (1987: h 131), bahan tekstil seringkali menjadi inspirasi awal bagi desainer, atau sebaliknya desainer membuat rancangan terlebih dahulu lalu memilih bahan yang tepat. Pemilihan bahan tekstil dalam elemen fesyen berdasarkan *trend*, kualitas, tampilan, harga dan kesesuaiannya.

Karakter bahan tekstil muncul berdasarkan serat, tenunan, tekstur, tampilan, teknik pembuatan, motif dan warna. Seperti halnya tekstur, bahan tekstil pun dapat mempengaruhi siluet busana yang ditampilkan. Misal, bahan yang berkarakter kaku dan tebal dapat digunakan untuk jas yang memiliki siluet tegas dan kaku. Sedangkan untuk gaun yang bersiluet feminin dapat menggunakan bahan yang berkarakter halus dan 'jatuh' seperti sifon. Karakter lain yang dimiliki oleh bahan tekstil, misalnya berat dan ketebalan, juga menjadi bahan pertimbangan dalam berbusana. Bahan linen dan katun digunakan untuk busana

pada musim panas karena karakternya yang tipis dan menyejukkan. Sedangkan bahan yang terbuat dari serat tebal dan menghangatkan seperti *wool* digunakan pada musim dingin. Namun, teknik pembuatan bahan pun dapat mempengaruhi pemilihan bahan tersebut, misal *wool* yang dibuat menjadi bahan yang tipis dapat digunakan untuk musim semi dan populer di pertengahan tahun 1960an dan 1970an (Frings: 1987 h 133).

Seperti yang dikutip dari Nahari (2006: h 29) bahan tekstil juga dapat dibedakan berdasarkan asal bahan, proses pembuatan, dan corak tekstil.

a. Asal Bahan

Bahan tekstil berdasarkan asal bahan dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu bahan tekstil yang terbuat dari serat dan yang terbuat dari benang. Serat terdiri dari dua jenis yaitu, *staple* dan *filament*. Serat *staple* merupakan serat-serat pendek diantaranya adalah, *wool*, kapuk, kapas dan sebagainya. Sedangkan serat *filament* merupakan serat panjang seperti serat sutra. Serat-serat ini ditenun dan menghasilkan bahan tekstil. Sedangkan bahan tekstil yang terbuat dari benang maksudnya adalah bahan yang terbentuk dari pilinan serat (benang) yang ditenun.

b. Proses Pembuatan

Proses pembuatan bahan tekstil terdiri dari anyaman, jeratan, jalinan dan *braiding*. Proses anyaman merupakan proses persilangan tegak lurus antara benang pakan dan benang lusi secara bergantian. Anyaman atau tenun terdiri dari anyaman polos (*plain*), satin (*sateen*) dan keper (*twill*). Sedangkan proses jeratan atau rajut merupakan proses jeratan benang dengan alat yang terdiri dari jarum-jarum berkait. Proses jalinan merupakan proses yang dilakukan ketika merenda. *Braiding* adalah proses pembuatan pita datar atau pita tabung

c. Corak Tekstil

Corak atau motif bahan tekstil dapat dibuat dengan cara memvariasikan jenis benang, serat atau teknik anyaman, atau juga dengan cara *finishing*. Bahan tekstil yang termasuk tekstil bercorak adalah *crepe*, brokad, *leno*, damas dan berbulu.

Motif yang terdapat pada bahan tekstil dapat menjadi pertimbangan dalam *cutting* busana dan aksesoris. Motif pun disesuaikan dengan usia dan karakter konsumennya. Menurut Riyanto (2003: h 141) motif bahan tekstil dibagi menjadi empat jenis yaitu:

1. Motif naturalisme yang terdiri dari bentuk hewan, tumbuhan, pemandangan alam dan manusia
2. Motif rengkaan yaitu modifikasi bentuk alam menjadi bentuk baru dengan tidak menghilangkan bentuk aslinya
3. Motif geometris yang terdiri dari bentuk bujur sangkar, kotak-kotak, bulat, lonjong, segi tiga dan jajaran genjang
4. Motif abstrak, bentuknya tidak jelas, dapat berupa coretan, beberapa kelompok motif yang dicampur adukkan.



(a) (b) (c) (d)

Gambar II.7 Jenis motif tekstil: (a) naturalisme, (b) rengkaan, (c) geometris, (d) abstrak.

(Sumber: dok.penulis)

Juga menurut Riyanto (2003: h 143), motif berdasarkan ukuran dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu:

1. Motif besar yang terdiri dari motif berjumlah sedikit atau dapat dihitung. Motif besar dapat memberi kesan menggemukkan tubuh.
2. Motif berukuran sedang dan kecil yaitu motif yang jumlahnya tidak dapat atau sulit dihitung. Motif berukuran sedang dan kecil dapat memberi kesan melangsingkan tubuh.

Sedangkan ragam hias pada bahan tekstil dapat dikelompokkan menjadi, *floral, folk, monotone, patchwork, liberty, conversational, batik, chintz, geometric, foulard, art nouveau, art deco, botanical, toile, stylize, americana, shirtings, landscape, country French, wrap, paisley, abstract*, dan *coordinate pattern* (Joyce dalam Nahari, 2006: h 29)

- a. *Floral (flower)*, ragam hias yang menampilkan bentuk tumbuhan. Ragam hias *floral* dapat dibedakan atas; abstrak, *stylized*, dan *realistic*
- b. *Folk (ethnic, provincial)*, yaitu ragam hias yang diilhami motif tradisional yang berhubungan dengan daerah atau suatu negara.
- c. *Monotone*, merupakan ragam hias yang ragam warnanya menggunakan satu warna lalu ditambah dengan warna putih.
- d. *Patchwork*, merupakan motif dari sambungan potongan-potongan kain
- e. *Liberty*, motif bebas yang dihasilkan dari keterampilan tangan
- f. *Conversational*, motif yang di dalamnya terkandung suatu pesan tertentu.
- g. Batik, motif yang dihasilkan dari proses pembatikan
- h. *Chintz*, motif yang menampilkan citra ketimuran, bergaya flora, burung, dan simbol-simbol perlambangan.
- i. *Geometric*, ragam hias yang menampilkan bentuk-bentuk geometris
- j. *Foulard (madder, tie-silk, crovat)*, yaitu motif yang relatif kecil dan tersusun rapi
- k. *Art Nouveau*, yaitu motif yang menampilkan karakter garis-garis hidup, sumber inspirasi motifnya berasal dari alam dan tumbuhan
- l. *Art Deco*, muncul setelah art nouveau, menyambut industrialisasi dan kemampuan estetis mesin
- m. *Botanical*, gaya ragam hias yang sangat realistic
- n. *Toile*, motif yang menggambarkan suatu adegan cerita
- o. *Stylize*, bentuk penyederhanaan dari suatu objek
- p. *Americana*, motif berupa simbol-simbol yang bersumber dari sejarah Amerika
- q. *Landscape*, ragam hias yang menampilkan motif yang diletakan secara horizontal sehingga menghasilkan citra *landscape*
- r. *Country French*, muncul di Provence pada abad 18, motif *country French* ini dicetak dari blok kayu, lalu memperoleh pengaruh dari India

- s. *Wrap*, motif yang menampilkan imitasi efek benang lusi pada kain tenun, menampilkan kesan tenun ikat
- t. *Paisley*, ragam hias yang berasal dari syal Kasmir (India) yang ditenun di Paisley, Scotlandia. Motifnya berbentuk pohon palem atau figur abstrak
- u. Abstrak (*modern types*), motif yang non-figur
- v. *Coordinate Pattern*, motif yang karakternya dibuat sama antara satu dengan yang lainnya, sehingga dapat digunakan bersama-sama, dikombinasikan dengan banyak koordinat.

Berdasarkan paparan teori tersebut, maka karakter bahan tekstil dipertimbangkan berdasarkan siluet yang dihasilkan, kesan yang ditampilkan, fungsi langsung terhadap pemakai, dan aksen.

II.2.1.6 Warna

Warna merupakan pertimbangan dasar dalam penentuan elemen fesyen. Tekstur tekstil yang tepat dapat berubah menjadi pilihan yang salah jika pemilihan warnanya tidak tepat. Warna pun memiliki relasi yang kuat dengan respon emosional seseorang, budaya dan simbol. Misal, di negara-negara barat warna putih menyimbolkan kesucian sehingga digunakan pada gaun pengantin, tetapi di India warna putih menyimbolkan rasa duka dan berkabung (Stone: 2006 h 10).

Menurut Frings (1987: h 130), warna dapat dikomposisikan dan dibagi menjadi tiga kelompok yaitu warna hangat, warna dingin dan warna netral. Warna hangat terdiri dari warna merah, oranye dan kuning. Klasifikasi warna hangat ini berdasarkan relasinya dengan warna api dan matahari. Warna hangat bersifat menstimulasi, agresif, dan bersemangat. Sedangkan warna dingin terdiri dari warna-warna yang menyejukan dan menyegarkan. Merupakan warna laut dan langit yang yaitu, biru, hijau dan ungu. Kelompok terakhir adalah warna netral, yaitu warna-warna yang menjadi *background*, yang disertakan dalam komposisi warna tampilan namun tidak merebut perhatian dari warna-warna lainnya. Warna netral terdiri dari warna putih, hitam, *beige*, cokelat dan abu-abu.

Pemilihan warna dapat dikaitkan dengan musim tertentu misal, pada musim gugur dan musim dingin warna yang dipilih adalah warna dari kelompok warna hangat. Sedangkan pada musim panas pilihan warna yang diambil adalah warna dari kelompok warna dingin yang menyegarkan. Pada musim semi warna yang biasa ditampilkan adalah warna-warna pastel dan cerah yang sesuai dengan warna bunga.

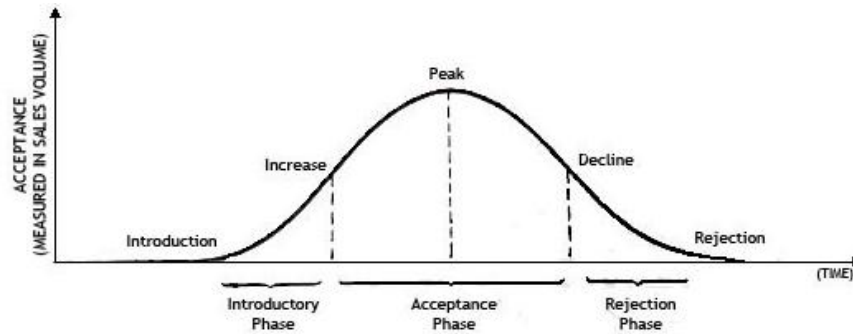
Menurut Sulasmi (2002: h 38), warna dapat mengungkapkan sifat kewanitaan dan sifat kejantanan seseorang. Wanita biasanya lebih menyukai warna-warna hangat (keluarga warna kuning, jingga, merah), warna pastel, dan warna lembut. Sedangkan pria cenderung lebih menyukai warna-warna yang tegas, tua dan sejuk (keluarga warna hijau, biru, ungu). Dalam hal ini, maka pemilihan warna pada pakaian dapat mempengaruhi persepsi visual, misalnya seseorang yang mengenakan pakaian berwarna pastel maka akan terkesan feminin, walaupun persepsi visual tersebut tidak selalu sama bagi setiap orang. Juga menurut Sulasmi, bahwa kebudayaan barat menyatakan bahwa merah muda sebagai lambang wanita dan biru sebagai lambang pria, tetapi konotasi ini dapat berbeda pada kebudayaan lainnya.

Berdasarkan paparan teori-teori tentang warna tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pemilihan warna dalam penggunaan pakaian berkaitan erat dengan respon emosional seseorang, budaya, simbol dan persepsi visual baik bagi si pemakai maupun bagi orang lain yang melihat.

II.2.2 Pergerakan Fesyen (*Movement of Fashion*)

Menurut Gini S. Frings (1987: h 46-48), fesyen merupakan gaya yang paling populer pada suatu periode waktu tertentu. Dalam hal ini, fesyen terkait dengan tiga elemen utama yaitu gaya, penerimaan dan *timelines*. Gaya sendiri merupakan karakteristik yang ditampilkan oleh busana atau aksesoris. Penerimaan berarti keadaan ketika konsumen harus membeli sebuah gaya dan mengemukakannya agar menjadi fesyen. Sedangkan *timelines* menunjukkan apa yang fesyen dan apa yang sudah tidak fesyen untuk jangka waktu berikutnya. Secara keseluruhan, fesyen selalu berubah secara berjangka dan memberikan konsumen waktu untuk terbiasa

dengan kombinasi tampilan yang baru. Proses yang terjadi ketika fesyen berubah disebut *fashion cycle*. Biasanya *fashion cycle* tergambar dalam *bell-shaped* kurva yang meliputi lima tahap: *introduction*, *rise in popularity*, *peak of popularity*, *decline in popularity*, dan *rejection*.



Skema 03. *Fashion Cycle* (Gini S. Frings: 1987 h 47)

Introduction, desainer memperkenalkan gaya baru yang kreatif lalu bagian produksi akan menawarkannya gaya baru tersebut ke masyarakat. Mungkin pada tahap ini gaya tersebut tidak akan langsung menjadi fesyen, maka dalam tahap ini fesyen hanya menyiratkan gaya dan kebaruan saja.

Increase in popularity, ketika fesyen terbaru mulai dibeli, dikenakan dan dilihat oleh banyak orang maka popularitasnya akan meningkat. Di kelompok produk fesyen berharga mahal mungkin angka penjualannya tidak akan tinggi, tetapi produk tersebut akan menjadi yang paling populer di antara koleksi seorang desainer atau menjadi yang paling populer di antara produk fesyen berharga tinggi.

Peak of popularity, ketika fesyen berada pada ketinggian popularitasnya, maka akan ada saat dimana produsen lain mengadopsi dan memproduksi barang yang sama namun dengan variasi harga yang berbeda-beda.

Decline in popularity, akhirnya ketika fesyen telah di-copy dan diproduksi massal, maka masyarakat akan merasa lelah dan bosan dengan gaya tersebut, lalu mereka akan mencari sesuatu yang baru.

Rejection of a style or obsolescence, pada tahap terakhir dari *fashion cycle*, konsumen telah beralih ke tampilan yang baru, lalu dimulai *fashion cycle* untuk gaya yang baru.

Dalam *fashion cycle*, masing-masing gaya memiliki panjang siklus yang berbeda-beda. Panjang siklus pada setiap gaya seringkali tidak dapat diprediksi. Beberapa gaya ada yang tidak pernah menjadi benar-benar usang dan beberapa gaya lain ada yang siklusnya kembali berulang.

II.2.3 Fashion Leaders dan Fashion Followers

Dalam *fashion cycle*, terdapat *fashion leaders* dan *fashion followers*. Menurut Gini S. Frings (1987: h 49-50), produsen dan *retailer* dapat berperan sebagai *fashion leaders* ataupun *followers* tergantung target pasar yang mereka tuju. *Fashion leader* membeli dan mengenakan gaya baru di tahap awal dalam *fashion cycle*, lalu yang lain akan mengimitasi gayanya. Karena terdapat perbedaan selera maka apa yang dianggap *fashionable* bagi sebuah grup konsumen belum tentu *fashionable* bagi grup konsumen lain. Lalu apa yang fesyen bagi *fashion leaders*, terlalu ekstrim bagi *fashion followers*, dan apa yang akhirnya diterima oleh *fashion followers*, sudah usang bagi *fashion leaders*.

Walaupun *fashion leaders* biasanya bukan penciptanya, namun mereka memunculkan fesyen dengan menemukan dan mengenakan gaya tertentu. *Fashion leaders* merupakan sebagian kecil dari masyarakat dan bagian dari masyarakat berpenghasilan tinggi, karena *high fashion* yang berkualitas berharga mahal. Kebanyakan dari mereka memiliki kepercayaan diri akan selera mereka sendiri dan tidak memerlukan persetujuan dari pihak lain. Mereka berani tampil beda, penerimaan mereka terhadap karya desainer menjadikan karya tersebut fesyen.

Pria ataupun wanita akan mencari penerimaan dengan menyesuaikan dan mengikuti dunia, nasional, atau komunitas *fashion leaders* dengan tujuan merasa percaya diri ketika mengenakan tampilan yang baru. *Fashion followers* hanya akan mengikuti dan menyamai yang lain setelah mereka yakin akan *trend* fesyen yang berlaku. Sebagian besar pelaku di bidang industri fesyen adalah seorang

copyists atau *adapters* karena keberadaan para *fashion followers*. Karena para *fashion followers* ini juga, produksi massal dapat meraih kesuksesan. Dengan berbagai alasan seseorang atau sebuah komunitas menjadi *fashion followers*, yaitu dikarenakan mereka kekurangan waktu, uang dan ketertarikan untuk menjadi seorang *fashion leaders*. Mereka perlu waktu untuk memastikan sebuah gaya sebelum menerimanya. Mereka merasa tidak percaya diri dengan selera mereka dan beralih kepada pilihan orang lain yang telah memperoleh persetujuan sebagai gaya yang pantas dan dapat diterima. Mereka juga ingin diterima oleh masyarakat atau sebuah kelompok masyarakat tertentu. Selain itu, ada juga yang beralasan ingin mengimitasi seseorang yang mereka kagumi.

II.2.4 Teori- Teori Adopsi Fesyen (*Theories of Fashion Adoption*)

Pada dasarnya terdapat tiga variasi proses adopsi fesyen (Gini S. Frings 1987: h 51), *traditional fashion adoption*, *reverse adoption*, dan *mass dissemination*.

Traditional fashion adoption, teori ini berdasarkan kenyataan bahwa sebagian besar *high fashion* berharga tinggi dan hanya terjangkau oleh sebagian kecil dari masyarakat. Setelah fesyen dikenakan oleh *fashion leaders* dan lalu dipertunjukkan ke tengah-tengah konsumen, maka sebagian dari konsumen akan ingin memilikinya untuk diri mereka sendiri. Untuk menarik konsumen ke jangkauan yang lebih luas, maka produsen lain akan memproduksi versi lain dari *high fashion* dengan harga yang lebih rendah. Lalu selanjutnya akan di-*copy* lagi dan lagi hingga tampilannya dapat terlihat cukup banyak untuk dapat diterima oleh pembeli yang konservatif. Selanjutnya, versi yang paling murah akan terlihat di tempat obral. Setelah itu konsumen akan merasa bosan pada tampilan fesyen tersebut dan popularitasnya pun akan menghilang.

Jangka waktu dari proses ini tergantung pada lokasinya, jika pertama kali fesyen diluncurkan di Eropa maka mungkin memerlukan waktu setahun atau dua tahun sampai akhirnya dikenakan oleh konsumen di Amerika, disesuaikan dengan gaya hidup mereka dengan versi yang telah dimodifikasi. Kelemahan dari proses adopsi tradisional ini adalah ketika fesyen di-*copy*, dimodifikasi dan dijual dengan harga yang lebih murah maka kesegaran, kebaruan kualitas dan esensi elemen desain

lainnya akan berkurang. Seringkali versi aslinya dimodifikasi terlalu banyak hingga tidak lagi menarik dan bahkan tidak dapat dikenali.



Skema 04. Proses *Traditional Fashion Adoption* (Gini S. Frings: 1987 h 51)

Reverse adoption, walaupun sebagian besar siklus fesyen berawal dari fesyen berharga tinggi, namun terkadang fesyen dimulai dari konsumen. Para desainer mulai memperhatikan orang-orang di jalan untuk memperoleh ide baru dan memperhatikan inovasi yang dilakukan konsumen.

Mass dissemination, komunikasi moderen terkadang membuat fesyen secara cepat dan sekaligus keluar dari industri. Gaya terbaru dengan segera di-copy dan

disebarkan oleh manufaktur dengan tujuan memperoleh permintaan pasar yang tinggi. Kecepatan produksi merupakan hal yang terpenting.

Karena terdapat banyak pasar dalam industri fesyen, maka tidak ada satu teori khusus yang dapat menjelaskan proses adopsi yang terjadi di dalamnya. Masing-masing pasar melayani selera, usia dan tingkatan harga yang berbeda-beda.

II.3 Busana

Busana dalam arti umum adalah bahan tekstil atau bahan lainnya yang sudah dijahit atau tidak dijahit yang dipakai atau disampirkan untuk penutup tubuh seseorang (Riyanto: 2003 h 2). Kata busana sendiri berasal dari bahasa Sansakerta “*bhusana*” yang berarti perhiasan. Di dalam bahasa Indonesia, busana seringkali disama artikan dengan pakaian, namun konteks busana cenderung lebih mengarah pada pakaian yang enak dipandang mata, pakaian yang indah, sesuai dengan asal katanya yang berarti perhiasan. Busana dalam arti luar didefinisikan sebagai semua yang kita pakai mulai dari kepala hingga ujung kaki yang menampilkan keindahan.

II.3.1 Fungsi Busana

Fungsi busana dapat dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu, pelindung tubuh, alat penunjang komunikasi dan alat memperindah (Riyanto: 2003 h 90-105). Sebagai pelindung tubuh, busana dipakai oleh manusia untuk mempertahankan diri dari tantangan alam seperti angin, panas, hujan, sengatan binatang dan lain sebagainya. Sebagai alat penunjang komunikasi, busana membantu pemakai agar dapat lebih mudah diterima oleh lingkungannya dan lebih tepat dalam menyampaikan pesan. Sebagai contoh, seseorang ingin berkomunikasi pada kliennya untuk menawarkan produk kesehatan, jika orang tersebut mengenakan busana yang pantas, bersih, sesuai dan representatif untuk menawarkan produk kesehatan maka pesannya akan lebih mudah tersampaikan kepada kliennya. Sedangkan fungsi busana sebagai alat memperindah dimaksudkan untuk menutupi kekurangan fisik seseorang sehingga membuatnya terlihat lebih baik, lebih cantik atau lebih tampan. Dalam menutupi kekurangan fisik seseorang, busana dapat

memberi tipuan mata (*optical illusion*). Sebagai contoh, seseorang yang berbadan gemuk dapat mengenakan busana dengan garis hias vertikal sehingga membuatnya terlihat lebih ramping. Tipuan mata ini secara langsung dapat membuat seseorang terlihat lebih baik, lebih cantik atau lebih tampan.

II.3.2 Jenis-Jenis Busana dan Pelengkap Busana

Jenis-jenis busana dibagi menjadi dua kelompok berdasarkan penggunaannya dan berdasarkan bentuknya. Berikut ini jenis busana berdasarkan penggunaannya, yaitu:

1. Busana dalam

Busana dalam terdiri dari busana yang langsung menutup kulit yaitu *buste holder* (BH)/ kutang, celana dalam, singlet, rok dalam, korset dan *long torso*. Lalu busana dalam pun terdiri dari busana yang tidak dapat dikenakan ke luar rumah atau menemui orang lain misalnya, *duster*, *house dress*, *house coat*, baju olah raga dan baju tidur.

2. Busana luar

Busana luar adalah busana yang dipakai di atas busana dalam dan dipergunakan untuk berbagai kesempatan khusus. Busana luar terdiri dari busana untuk sekolah atau kuliah, busana untuk kerja, busana untuk bepergian, busana untuk kesempatan pesta, dan busana untuk kesempatan upacara.

Jenis-jenis busana berdasarkan bentuknya dapat dikategorikan ke dalam daftar istilah berikut yang disusun secara alfabetis:

1. *Baby dool* adalah pakaian tidur wanita yang terdiri atas blus dan celana pendek.
2. *Bebe* dapat disebut juga sebagai gaun, yaitu pakaian wanita atau anak perempuan yang bagian atas dan bagian bawahnya menyatu menjadi satu bagian.

3. Blus ialah busana luar wanita bagian atas yang umumnya memiliki panjang sampai batas panggul atau lebih pendek.
4. *Blazer* adalah busana luar berupa jas yang dikenakan di atas bebe atau blus sebagai penghangat atau sekedar pemanis.
5. *Balero* adalah blus pendek tanpa kancing yang dikenakan di atas busana lain. Panjang bolero umumnya sampai pinggang atau beberapa centimeter (cm) di atas pinggang.
6. *Cardigan* ialah semacam jas yang panjangnya sampai di pinggul atau sedikit lebih panjang, tidak berkerah, berfungsi sebagai tambahan, dikenakan di atas busana lain. Awalnya *cardigan* terbuat dari bahan rajutan atau bahan lain yang berbeda dengan busana yang dikenakan di bawahnya.
7. Celana rok/ kulot adalah celana yang longgar hingga menyerupai rok.
8. Celana bermuda adalah celana yang panjangnya sampai lutut.
9. Celana begi (*baggy pant*) adalah celana yang longgar dan berkerut di bagian pinggang. Di bagian pergelangan kaki menggunakan tali *cord* hingga membentuk kerutan ketika dipakai.
10. *Deux pieces* atau *two pieces* secara harfiah artinya adalah terdiri dari dua potong busana yaitu blus dan rok yang terbuat dari bahan dan motif yang sama. Modelnya dibuat pas badan dan blus dikenakan di luar rok.
11. Jaket yaitu busana tambahan yang dikenakan di atas busana lain dan berfungsi sebagai pelindung tubuh dari udara dingin.
12. Jas adalah busana resmi yang dikenakan di atas busana lain. Untuk pria, jas dikenakan di atas kemeja lengan panjang dan celana panjang berbahan sama untuk bawahannya.
13. Jas kamar adalah busana berupa mantel panjang tanpa kancing, diikat dengan tali pinggang berbahan sama. Jas kamar ini dikenakan di dalam rumah dalam keadaan santai.
14. *Jump suit* yaitu kemeja atau blus yang dijahit bersama dengan celana panjang menjadi satu bagian
15. Kemeja adalah busana luar berkerah dengan bukaan depan berkancing.

16. Mantel ialah busana tebal berlapis (*voering*), berkerah lebar, bersaku besar dan dalam, berkancing besar, panjangnya sampai lutut, longgar, berfungsi sebagai penghangat tubuh.
 17. Mantel pak adalah busana yang terdiri dari tiga bagian, jas dan rok yang terbuat dari bahan yang sama dan blus yang terbuat dari bahan yang lebih tipis.
 18. Pantalón yaitu celana panjang yang biasanya digunakan oleh pria untuk pasangan kemeja, jas dan safari.
 19. *Pantsuit* yaitu setelan jas dan celana panjang.
 20. Piyama ialah busana tidur yang terdiri dari blus dan celana
 21. Rok adalah busana wanita bagian bawah.
 22. Rompi ialah baju tanpa lengan yang dikenakan di atas busana lain.
 23. *Sack dress* adalah *bebe* atau gaun tanpa garis pinggang, lurus dari atas hingga bawah dan pas di badan
 24. Safari ialah setelan yang terdiri dari celana panjang dan kemeja bersaku empat ber lengan pendek. Umumnya bagian atas dan bawahannya terbuat dari bahan yang sama.
 25. *Spencer* adalah busana yang panjangnya sampai pinggang untuk dikenakan di atas busana lain. *Spencer* ada yang ber lengan dan ada yang tidak ber lengan, ada juga yang berkerah dan ada yang tidak berkerah.
 26. *Topper* ialah busana yang digunakan untuk penghangat di tempat beriklim dingin, panjangnya sampai pinggul.
 27. *Vest* adalah semacam jas pendek tanpa lengan, panjangnya sampai pinggang, bukaan di bagian depan berkancing.
 28. Tunik adalah blus yang panjangnya sampai di bawah panggul.
- (Riyanto: 2003 h 3-28)

Busana memiliki pelengkap yang terdiri dari milineris dan aksesoris. Milineris merupakan pelengkap busana yang berfungsi langsung bagi pemakai seperti alas kaki, kerudung, syal, ikat pinggang dan sarung tangan. Sedangkan aksesoris merupakan pelengkap busana yang berfungsi memperindah tampilan seperti

anting, kalung, gelang, cincin dan hiasan rambut (Riyanto: 2003 h 186). Ada juga teori yang menyatakan bahwa milineris merupakan bagian dari aksesoris, seperti yang diungkapkan oleh Bunka (1991: h 243) bahwa aksesoris terdiri dari topi, dasi, *scarves*, tali pinggang, tas, sarung tangan, kaos kaki, sepatu, cincin, gelang, anting dan kalung.

Seperti halnya elemen-elemen fesyen yang mampu menjadi representasi identitas individu dan kelompok, pelengkap busana merupakan bagian dari elemen fesyen tersebut. Terlepas dari fungsinya untuk memperindah tampilan, pelengkap busana dapat dikategorikan sebagai detail fesyen yang menjadi ciri gaya tertentu.

II.4 Street Style

Fesyen memiliki hubungan yang erat dengan politik, ekonomi dan gagasan pada era tertentu yang berkembang dari dekade ke dekade lain, dan dari abad ke abad lain (Zeshu: 1997 h 7). Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa *trend* fesyen merupakan representasi berbagai aktifitas dan memperlihatkan bagaimana masyarakat hidup dalam satu periode waktu.

Para pria yang berusia sekitar dua puluh tahun pada perang dunia ke dua dikirim ke medan perang, yang tersisa dan seketika memperoleh perhatian adalah para adik di rumah yang berusia belasan. Sebelumnya di industri fesyen, yang ada hanyalah busana untuk usia dewasa dan anak-anak. Busana untuk para remaja ini dibuat persis dengan busana kaum dewasa namun dengan ukuran yang lebih kecil. Perang dunia ke dua telah merubah dan memberi posisi untuk busana remaja pada dunia fesyen. Selain itu, setelah perang dunia ke dua usai media massa dan industri pakaian *ready-to-wear* berkembang pesat, menjadikan fesyen bersifat massal. Hal ini mengembangkan kultur yang dipimpin oleh para wanita yang aktif dalam masyarakat dan juga para generasi muda yang disebut "*street culture*."

Ketika generasi muda berhadapan dengan masyarakat dewasa, mereka marah terhadap kemunafikan yang mereka lihat, lalu dengan sengit mereka mencoba memberontak dalam keputusan (Zeshu: 1997 h 7). Mereka menolak untuk tumbuh dewasa dan menjadi seperti orang tua mereka, ide mereka adalah ingin

hidup sesuai dengan cara mereka sendiri. Maka dari itu, para generasi muda ini melepaskan diri dari keluarga mereka dan lalu membentuk keluarga baru dengan membuat komunitas-komunitas, yang masing-masing menunjukkan identitas mereka melalui cara yang paling efektif, secara visual, yaitu melalui tampilan gaya. Seperti yang diungkapkan oleh Polhemus (1994: h 13-14), pembentukan identitas ini mencoba membedakan antara ‘us’ dan ‘them,’ antara orang-orang di dalam komunitas dengan orang-orang yang berada di luar komunitas. Juga menurut Polhemus (1994: h 13), gaya yang merupakan identitas ini tidaklah *trendy*, gaya tersebut bersifat *anti-fashion*, tidak berubah, karena tampilannya menunjukkan jati diri masing-masing komunitas. Gaya yang muncul dari gagasan dan perasaan generasi muda ini berhubungan erat dengan musik dan bentuk produk kultur yang lainnya, dan menciptakan pergerakan ‘*street culture*.’ Fesyen pada saat itu, yang menjadi representasi ‘*street culture*’ disebut dengan istilah ‘*street style*.’ Menurut Polhemus (1994: h 130-131), *street style*, dalam kurun waktu tahun 1940an hingga 1990an terangkum menjadi ‘*supermarket of style*,’ ditiru dan dimodifikasi oleh masyarakat dunia, terus berulang dalam siklus fesyen.

II.4.1 Sejarah *Street Style* Barat

Fesyen barat yang dipengaruhi oleh “*street culture*” setelah perang dunia ke dua menampilkan beragam komunitas yang didominasi oleh generasi muda dan tampil dengan gaya mereka sendiri. Gaya mereka ini muncul dan berkembang di jalanan, berawal dari negara-negara barat yaitu, Perancis, Jerman, Italia, Spanyol, Belanda, Inggris, USA dan Jamaika (Zeshu: 1997 h 188) dan lalu menyebar melalui media massa dan diimitasi di berbagai negara lain. Berikut ini sejarah kemunculan masing-masing gaya dari komunitas tersebut,

Street style tahun 1950an

1. *Bold Style*, USA 1948-1951

Gaya baru di Amerika setelah perang dunia ke dua yang secara garis besar menyerupai “*gang style*” pada tahun 1920an. Tampilan *bold style* mencirikan pria tangguh yang lebih menonjolkan kemeja, dasi dan aksesoris lain daripada *suit* formal.

2. *New Look*, Paris 1947
Debut Christian Dior untuk koleksi musim semi dan musim panas pada Februari 1947. Menampilkan gaya feminin yang diidamkan para wanita setelah selama perang mengenakan gaya yang maskulin karena menggantikan tugas para pria yang pergi ke medan perang. Gaya ini menjadi *mainstream* gaya wanita selama 10 tahun setelah kematian Christian Dior, ia menciptakan siluet tulip (1953), *H-line* (1954), *A-line* (1955), dan kreasinya yang lain.
3. *Western Style (Cowboy Style)*, West Coast USA 1940
Gaya ini dikenakan oleh para *cowboy* dan karakter lain yang muncul di film-film Hollywood. Gaya ini juga mencerminkan gaya Amerika asli atau suku Indian.
4. *Bikers*, Southern California 1947-1950
Gaya ini populer di antara geng motor dan para veteran perang. Gaya ini juga tampil dalam film "*The Wild One*" yang diperankan oleh Marlon Brando pada tahun 1953
5. *Hell's Angels*, California 1940-1960
Gaya geng motor yang mempengaruhi gaya *rock and roll* di Inggris. Gaya ini muncul dari *biker movement* yang awalnya mencirikan kecintaan mereka mengendarai motor, namun perkembangannya geng ini justru mencirikan kekerasan dan kejahatan kriminal.
6. *Mr. T (3T. Look)*, USA 1950
Singkatan dari *tall*, *trim* dan *thin*. Gaya ini berkesan cerdas dan ramping
7. *Chanel Style*, Paris 1955
Gaya ini muncul setelah selama 15 tahun Gabrielle Chanel tidak meluncurkan koleksinya. Gaya ini menjadi gaya wanita yang paling populer pada tahun 1957
8. *Sabrina Style*, USA 1954
Dipopulerkan oleh Audrey Hepburn melalui filmnya yang berjudul "*Sabrina*." Gaya ini menampilkan kesan casual dan menarik perhatian. Pada saat itu Audrey Hepburn yang tinggi dan ramping menjadi ikon kecantikan

Hollywood menggantikan Marilyn Monroe yang memiliki pinggul dan dada yang besar.

9. *Ivy League Style* (Country Club Style), East Coast Usa 1952-1960

Delapan perguruan ternama yaitu Harvard, Princeton, Pennsylvania, Columbia, Yale, Dartmouth, Brown, dan Cornell disebut sebagai “*Ivy League*.” Gaya para siswa *Ivy League* ini mencerminkan kehidupan elit dan diterima dengan baik oleh masyarakat, sesuai dengan moto mereka yaitu, “*healthy in mind and body, play hard, and study hard.*”

10. *Rockabilies*, USA akhir 1950an

Versi awal dari *rock and roll* yang merupakan kesatuan dari ritme dan *blues* dan “*hillbilly*,” musik *country* dari Amerika selatan. Gaya ini sangat mencerminkan selera khas *western* yang dipopulerkan oleh Elvis Presley pada tahun 1955.

11. *Fifties*, USA 1950

Mencerminkan gaya anak muda yang menuntut kebebasan dan haknya setelah dibesarkan dalam keluarga yang makmur dan menerima pendidikan yang baik. Gaya ini meraih popularitas melalui film yang berjudul “*Rebel Without a Cause*” pada tahun 1955. Karena pada saat itu sudah ditemukan TV berwarna maka tampilan gaya semakin jelas terlihat bersamaan dengan pilihan warna yang dikenakan oleh tokoh dalam film tersebut. Menyebarnya gaya ini juga didukung oleh munculnya tempat *nongkrong* anak muda pada saat itu yaitu restoran *pizza* dan *hamburger*.

12. *Teddy Boys*, London 1951-1958

Gaya ini merupakan parodi dari gaya Raja Edward VII (1901-10). Dikenakan oleh para pekerja untuk menunjukkan ketidakpuasan mereka akan hukum yang diberlakukan pada para pekerja setelah perang dunia ke II. Gaya ini memiliki ciri khas jaket panjang, celana ramping, kemeja dengan aksesoris kerah dan manset serta rompi berbahan brokat.

13. *Rockers*, London akhir 1950-pertengahan 1960

Terinspirasi *bikers* dari Amerika yang merupakan *rockers* yang menyukai balapan hingga mencapai kecepatan 100 mil per jam (*ton-up boys*),

nongkrong sambil minum kopi di *coffee bar*, memamerkan motor mereka (*coffee bar cowboys*), atau dikenal dengan jaket kulit yang mereka kenakan ketika mengendarai motor (*leather boys*). Citra mereka menguatkan kesan tidak tahu aturan, pelanggar hukum dan juga mencerminkan selera mereka akan musik *rock*, *punk* dan gaya musik *rock* lainnya.

14. *Extreme Ivy* (Greenwich Ivy), Greenwich Village New York 1955-1957
Variasi dari gaya *Ivy* yang populer di kalangan *beatniks* dan *hipster*.

15. *Modernist* (*Early Mod* dan *Italian Continental Style*), West End London 1958-1962
Gaya yang elegan dan inovatif karya Bulioni, Dutch, Ritolico, dan desainer lainnya. Gaya ini sebenarnya dipengaruhi oleh *Mod movement*, yaitu kaum menengah berkulit putih yang memiliki harga diri yang sangat tinggi dan sangat terobsesi pada busana. Kaum yang mendominasi komunitas *Mod* ini adalah populasi anak yahudi yang makmur dan bergantung pada orang tua dalam memperoleh uang untuk membeli pakaian. *The Mods* juga mengusung selera yang sama dalam musik, mereka menyukai musik aliran *modern jazz* sehingga menyebut diri mereka sebagai “*The Modernists*.”

16. *Hipsters*, akhir tahun 1950
Gaya kaum minoritas berkulit hitam yang memimpikan hidup sukses. Mereka mengusung aliran musik mereka yang mencirikan gaya hidup populasi berkulit hitam di amerika pada masa itu yaitu, *bebop*.

17. *Beatnik* (“*The Beat Generation*,” “*White Hipsters*,” “*Existentialists*”), Greenwich Village (New York), San Fransisco (California), Saint German des Pres (Paris), akhir 1950-pertengahan 1960
Gaya yang dikenakan oleh kaum berkulit putih yang tergerak dengan pengaruh aliran musik *bebop*. Mereka adalah kelompok gelandangan yang mengikuti gaya hidup kaum berkulit hitam.

Street style tahun 1960an

1. *American Continental Style*, USA 1958-awal 1960

Yang dimaksud dengan “*continental*” disini adalah Eropa. Gaya ini menampilkan gaya orang-orang Eropa yang mengenakan celana panjang berukuran pas, jas pendek dengan dua kancing dan garis leher V yang tinggi. Gaya ini biasa ditampilkan oleh musikus *jazz*

2. *American Contemporary Style*, West Coast USA awal-pertengahan 1960an
Merupakan gaya variasi dari *American continental style*. Meraih popularitas sebagai salah satu gaya dari gaya-gaya yang populer pada saat itu, *Ivy League*, *Italian Continental*, dan *American Continental*.
3. *Jivy Ivy (The Modernists)*, USA 1958-1961
Berasal dari *hipster* dan “*extreme*” *Ivy League style*. Namun menariknya, gaya ini ditampilkan oleh kaum berkulit hitam yang merupakan penggemar musik *funky jazz*. Gaya *Ivy League* yang formal ditampilkan sebagai gaya jalanan yang mencirikan citra kaum berkulit hitam.
4. *The Mods*, West End London 1957-1966
Kependekan dari “*moderns*.” Gaya ini merupakan gaya kaum menengah berkulit putih yang terpengaruh gaya *the teds*, *hipsters* dan *beatniks*. Mereka mengadopsi gaya *Italian Continental* yang muncul di London pada tahun 1958. Gaya ini berkembang menjadi beberapa tampilan gaya yaitu, *High Gear*, *Scooter Mods*, dan *Low Gear*.
5. *Mod Girls*, London 1960an
Mod girls merupakan *pioneer* gaya *unisex*. Mereka memiliki potongan rambut *bob*, menggunakan *lipstick* berwarna pucat atau bahkan tidak menggunakan *lipstick* sama sekali, menggunakan *mascara* atau bulu mata palsu untuk menekankan tampilan pada bagian mata, dan mengenakan kemeja serta celana pria.
6. *Peacock (The Kinky dan Edwardian Soldier Style)*, London 1965-1969
Romantic style yang mengingatkan pada gaya abad 19. Gaya ini terinspirasi pakaian militer klasik pada periode kekuasaan George III (1811-1820) dan Edward VII (1901-1910). Tampilan gaya ini dicetuskan pertama kali oleh Dr. Ernest Dieter yang mengemukakan “*peacock revolution*.” Ia mengatakan bahwa tampilan ayam jantan lebih meriah dibandingkan ayam betina. Ciri gaya ini adalah potongan rambut *mop tops* atau *beatles cut*, jaket panjang

bergaya *Edwardian* yang *colorful*, kemeja dengan hiasan rumbai-rumbai (*frills*), kerah berdiri atau disebut kerah *Bonaparte*, dan celana *colorful*.

7. *Skinheads (Skins)*, London 1964-1972

Pada tahun 1964 *the mods* terpecah menjadi dua, yang pertama berubah menjadi kaum *hippies*, sedangkan yang ke dua berubah menjadi *the skinheads* yang disebut juga “*hard mods*” atau “*gang mods*.” Gaya *skinheads* ini muncul dari komunitas kelas bawah yang ingin menentang kaum *hippies* yang penuh khayalan tentang ideal utopia, berambut panjang dan terkesan seperti perempuan.

8. *Mini Style (Little Girl style)*, Saint Tropez-London akhir 1950an-1960an

Gaya yang menampilkan rok mini, 5 cm di atas lutut, memperlihatkan kaki dan paha. Gaya ini pertama muncul di kawasan pantai di Saint Tropez, Perancis. Lalu pada tahun 1955 seorang desainer Inggris yaitu, Mary Quant menampilkan debut koleksi rok mininya, dengan tampilan menyerupai gadis kecil, kosmetik berwarna seperti krayon, serta lipstick berwarna hitam, Mary Quant seketika meraih popularitas karena telah menggebrak dunia fesyen dengan tampilan koleksinya yang benar-benar baru. Ciri tampilan ini adalah rok mini bersiluet *A-line*, tubuh ramping dan *boyish*, potongan rambut sangat pendek, serta menampilkan citra siswi yang *innocent*.

9. *The Psychedelics*, California dan London akhir 1960an-awal 1970an

Gerakan yang muncul bersama dengan kaum *hippies*. *Psychedelic* merupakan halusinasi yang muncul ketika menggunakan obat-obatan LSD (*lysergic acid diethylamide*). Halusinasi ini lalu diaplikasikan terhadap fesyen, visualisasi dan musik. Gaya *psychedelic* memiliki ciri tampilan berwarna cerah, penuh motif seperti motif bunga, spiral dan paisley.

10. *The Mondrian style*, Paris 1965

Merupakan gaya mini yang didesain oleh Yves Saint Laurent. Ia terinspirasi lukisan abstrak Piet Mondrian yang menjadi favorit generasi muda pada masa itu. Lukisan Piet Mondrian ini menampilkan garis sederhana dengan “*shock color*” warna merah, biru dan kuning.

11. *Hippies*, California 1966-1970an

Hippie berhubungan dengan kata *happy*, *hipped*, *hip* dan lain sebagainya. Pada masa itu terdapat kemerosotan ekonomi dan kepercayaan masyarakat terhadap politik dan pemerintah di Amerika. Generasi muda pada saat itu membentuk komunitas yang menentang perang Vietnam, menolak untuk bekerja pada organisasi atau perusahaan manapun, merasa ingin mencari kebahagiaan sendiri melalui konsumsi obat-obatan dan sex bebas, menghasilkan uang dengan bermain musik dan membuat aksesoris *handmade*. Gaya mereka menampilkan kebebasan dan gaya hidup kembali ke alam. Variasi gayanya yaitu *the west coast style* yang menampilkan etnik suku asli Amerika.

12. *Greasers*, London akhir 1960an

Kelanjutan dari gaya *rocker* yang terpengaruh *Hell's Angel* dan kultur *hippie*.

Street style tahun 1970an

1. *Hot Pants Style*, Paris awal 1970an

Dikenal juga dengan istilah *mini-length pants*. *Hot pants* pertama kali diperkenalkan oleh Dior untuk koleksi musim semi dan musim panasnya pada tahun 1970.

2. *Funk*, USA awal 1970an

Funk berarti perasaan depresi dan tertekan. Pada abad 20, di antara musisi *jazz* dan di kalangan kaum berkulit hitam, *funk* berarti juga wewangian yang *sexy*, erotis dan hasrat seksual. Lalu, gaya *funk* ini berkembang di kalangan kaum berkulit hitam sebagai sikap perlawanan terhadap dominasi kaum berkulit putih. Gaya ini merupakan kebalikan dari gaya *hippie* yang populer di kalangan kulit putih.

3. *Glam*, London dan New York 1970-1974

Setelah menghilangnya gerakan *hippie*, musik *rock* menjadi lebih beragam, dan dikarenakan performance para musisi *rock* yang *glamor* maka gaya mereka dikenal dengan istilah "*glam rock*." Gaya ini dikenal mencolok (*flashy*) dan bisexual.

4. *Rastafarians*, Jamaica-London pertengahan-akhir 1970an

Kata *rastafarians* merujuk pada penguasa Ethiopia pada tahun 1930an yaitu, “Ras Tafari Makonnen.” *Rastafarians* merupakan filosofi dari religi mistis sekte di Jamaica. Mereka menyukai musik *slow-beat reggae* dengan tema “*let’s get out of the ghetto of Jamaica.*”

5. *N.Y. Punk*, New York akhir 1970an

Musik *punk* di New York lahir dari kaum *underground* yang tidak mampu menyaingi musisi *rock* besar. Musik *punk* New York mencerminkan musik alami *rock* yang lebih intelek dan artistik dibandingkan *british punk*

6. *U.K. Punk*, London 1976-1978

Pada masa itu Inggris mengalami kesulitan ekonomi dan ancaman masa depan yang suram, situasi ini memunculkan kaum *punk* yang langsung memperoleh simpati dari kaum kelas bawah. Komunitas ini mencerminkan semangat berpikir bebas, selalu mencari hal baru, melakukan perubahan untuk sesuatu yang lebih baik.

7. *Mode Punks* (1978)

Gaya ini ditampilkan oleh vokalis *Sex Pistol* yaitu Johnny Rotten yang sangat menyukai fesyen. Ia dikenal dengan gayanya yang merobek baju baru dan menyatukannya kembali dengan peniti atau *staples*.

8. *Punk Rockers*

Merupakan gaya yang dikenakan oleh Sid Vicious yang sangat terpengaruh oleh gaya *rocker* dan *rastafarians*.

9. *Street Punks*

Komunitas kelas bawah yang mengenakan pakaian anti *hippie*, mereka memadukan seluruh pakaian yang mereka punya. Hingga saat ini *mainstream* gaya *punk* berasal dari gaya *street punk* ini.

10. *Neo Mods*, London akhir 1970an

Terinspirasi dari *band The Who* dan film yang menjadi *hit* pada masa itu yaitu, “*Quadrophenia*” dan “*The Kids are Alright.*”

Street style tahun 1980an

1. *New Wave*, UK 1980

Merupakan sinonim dari *post punk*, sebenarnya merupakan istilah yang diciptakan media untuk mengubur *punk* dan perilaku aslinya dari pemberontakan sosial. *New wave* ini termasuk di dalamnya aliran *pops*, *techno*, *noise*, *psyche* dan *genre* musik lainnya. Gaya ini telah memunculkan *disc jockey*.

2. *Technos*, Jerman, UK, USA, Jepang awal 1980an

Salah satu aliran *rock* yang menggunakan alat musik elektronik. Di Jepang aliran musik elektronik *pop* disebut juga dengan istilah *techno pop*.

3. *New Romantics*, London 1978-awal 1980an

Diawali dengan klub yang dibuka oleh Rusty Egan, Steve Strange, and Chris Sullivan bernama “*Gossips*.” Di klub ini ditampilkan David Bowie dengan aliran *glam rock*nya. Karena pada saat itu hanya klub ini yang buka hingga lebih dari jam 11 malam maka klub ini sangat populer terutama di kalangan generasi muda yang *dressed up*. Mereka bebas menampilkan gaya mereka yang pada saat itu cenderung mencolok, pria mengenakan pakaian wanita, *make-up* yang tampak aneh, gaya hidup serta kultur *gay* yang selanjutnya banyak menghasilkan *fashion designer*.

4. *Two Tone*, Coventry 1978-1981

Bentuk baru *neo mods*. Gerakan ini menekankan pada *beat* musik *ska*, serta konsep kaum kulit hitam dan kulit putih bermain bersama.

5. *UK Hardcore Punk*, London 1980-1983

Punk dengan esensi yang lebih kuat, “*stoic*” bila dibandingkan dengan *punk* yang asli. Menunjukkan kecepatan dan kebisingan musik *punk* yang lebih ekstrim (pertama kali ditampilkan oleh *band The Ramones*). Gerakan *hardcore punk* ini menyuarakan anarki dan kedamaian.

6. *Goths*, London 1981-pertengahan 1980an

Diawali dengan klub “*Batcave*” yang kembali menekankan gaya *glam* yang ditampilkan oleh *new romantic*, namun dengan sentuhan *gothic* yang radikal. Musik yang ditampilkan adalah *positive punk* atau disebut juga *gothic punk*, *gloomy* dan estetis. Secara visual gaya yang ditampilkan tajam, tampak jahat dan *stylish*.

7. *Heavy Metal*, USA awal 1980an
Arti sebenarnya adalah “*the ultimate junkies*” yang merupakan simbol kegilaan dari kehidupan masyarakat perkotaan. Aliran musiknya lebih konservatif daripada aliran *punk* alternatif yang inovatif.
8. *Preppie Style*, East Coast USA 1979-awal 1980an
Gaya yang dipopulerkan oleh sekolah menengah atas swasta yang terkenal yaitu “*Preparatory School*” (*prep school*). Para siswanya yang disebut sebagai “*preppies*” merupakan generasi muda dari keluarga baik-baik yang mempersiapkan diri untuk masuk ke *Ivy League*. Gaya mereka yang konservatif dan bercitra baik sangat mudah diterima oleh masyarakat dan bahkan dikenakan juga oleh generasi berusia 30an hingga 40an.
9. *Hip Hop*, New York 1982-awal 1990an
Asal mula *hip hop* adalah dari jalanan di South Bronx, New York. Empat elemen utama *hip hop* adalah *rap*, *DJ*, seni *graffiti*, dan *break dancing*. Keempat elemen ini berkembang secara alami dan bebas.
10. *Old School*, Bronx New York 1983-1988
Gaya awal para *rapper*. Ciri gayanya adalah kalung rantai besar dari emas 14 karat, aksesoris lain yang juga terbuat dari emas, rambut dicukur habis, gigi bagian depan ditutup oleh lapisan emas dan kaca mata dengan dekorasi bercahaya.
11. *New School*, New York 1989 - pertengahan 1990an
Gaya ini muncul karena mulai banyak pencurian perhiasan emas di kalangan komunitas kulit hitam. Hal ini mengakibatkan kemerosotan akan popularitas musik *rap*. Lalu para *rapper* mulai menampilkan gaya *hip hop* yang lebih alami, mereka melepaskan seluruh aksesoris emas dan menggantinya dengan aksesoris dengan warna nuansa Afrika.
12. *Gangsta*, Los Angeles 1991 - pertengahan 1990an
West Coast rap yang sebelumnya hanya mengimitasi *East Coast rap*, saat itu mulai menunjukkan keunikannya dengan mengekspresikan kemarahan mereka terhadap kehidupan di kalangan *ghetto*. Ciri gaya: kemeja flanel yang dikancingkan sampai atas, celana *jeans* dibiarkan merosot hingga

memperlihatkan celana dalam yang dikenakan, topi (*watch cap* atau *baseball cap*), kalung dengan gantungan berbentuk daun marijuana.

13. *Fly Girls*, USA 1987-1991

Gaya yang populer di kalangan gadis berkulit hitam dengan aliran musik *hip hop* dan *new jack swing*. Gaya ini memudahkan bergerak dalam gerakan *dance* yang sulit sekalipun.

Street style tahun 1990an

1. *Body Conscious*, Paris akhir 1980 - awal 1990an

Menonjolkan lekuk tubuh wanita, mengakibatkan para wanita mulai memperhatikan kesehatan tubuhnya. Pertama kali ditunjukkan oleh desainer Azzedine Alaia pada tahun 1984 untuk koleksi musim semi dan musim panas.

2. *Pervs*, London, Paris pertengahan 1980an - awal 1990an

Merupakan kependekan dari kata *pervert*. Menampilkan gaya yang seksual, kostum ketat yang terbuat dari karet, pertama kalinya karet digunakan sebagai bahan pakaian.

3. *Grunge*, Seattle 1991-1993

Merupakan istilah *slang* dari *grungy* yang berarti ceroboh dan asal-asalan, menampilkan gaya yang tampak miskin dan kotor. Dipopulerkan oleh Kurt Cobain dari grup *band* Nirvana. Aliran musiknya yaitu *grunge rock* merupakan perpaduan antara *heavy metal* dan *U.S hardcore*.

4. *Barbie Style*, Paris 1995

Mencirikan tampilan yang *girly*, klasik dan elegan. Gayanya mengacu pada gaya boneka *barbie*, diluncurkan oleh segenap *fashion designer* ternama pada tahun 1995 untuk koleksi musim gugur dan musim dingin.

Bab III *The Korean Wave*, dan *K-Pop* di Indonesia

III.1 *The Korean Wave*

Sejak awal tahun 2006, produk kultur Korea, yaitu serial drama televisi, film, musik pop, dan lain sebagainya telah dikonsumsi secara meluas oleh masyarakat di penjuru Asia. Media massa China menyebutkan fenomena budaya pop ini sebagai '*The Korean Wave*' atau *hallyu* (Iwabuchi: 2008 h 16). Fenomena yang berhasil menjadikan Korea sebagai *Asian Hollywood* mengubah istilah *hallyu* tersebut menjadi *hallyu-wood*.

The Korean wave sebenarnya telah dimulai pada pertengahan tahun 1990an, diawali dengan popularitas drama Korea di China, Taiwan dan Hongkong. Lalu di akhir tahun 1990an, *K-pop* atau musik pop Korea mulai meraih popularitasnya di Asia. Ikon pop Korea yang muncul dari *K-pop*, yang memberi pengaruh sangat besar dan memiliki nilai komersialitas yang sangat tinggi adalah para *girl band* dan *boy band* seperti 'Girls Generation,' 'Super Junior' dan 'Wondergirls.'

Menurut Sung Tae-Ho, *manager senior* di *Korean Broadcasting System* (KBS), keberhasilan *entertainment* Korea Selatan di Asia dilandasi oleh konten berkualitas tinggi namun harga yang terjangkau, setidaknya jika dibandingkan dengan *entertainment* dari negara-negara barat. Selain itu, kultur pun turut mengambil peran penting akan kesuksesan ini, *entertainment* Korea menyuguhkan kesamaan kultur Asia yang membuat masyarakat Asia dapat dengan mudah menerima dan menikmatinya, seperti yang dikatakan oleh Sung Tae-Ho, bahwa walaupun bahasa yang digunakan berbeda, kita berbagi mental ketimuran. Kita menghormati ayah dan ibu, masyarakat yang sangat hierarkis dan berfilosofi konfusianisme. Jadi berdasarkan latar belakang budaya tersebut, kita bertukar emosi, pikiran dan perasaan. Hanya ada sedikit rintangan budaya yang harus diseberangi untuk menyampaikan maksud dan konsep *entertainment* Korea. Hal ini seperti sindrom, masyarakat Asia menikmati segala sesuatu tentang Korea (<http://articles.cnn.com> diunduh pada 20 Desember 2011 pk.22:48 WIB).

Produk kultur Korea yang paling mendominasi fenomena *hallyu* ini adalah *K-pop* (musik pop Korea) dan *K-drama* (serial drama televisi Korea). Internet berperan sebagai koneksi tercepat dan termudah dalam mempopulerkan kedua produk budaya pop Korea tersebut. Walaupun disajikan dengan bahasa yang berbeda, namun para *fans K-drama* dapat dengan mudah mengakses drama terbaru dan terfavorit mereka melalui situs yang secara legal menayangkan *episode-episode* drama Korea dengan *subtitle* dalam puluhan bahasa asing.

Diawali dengan dramanya yang menyebar di Jepang, China, Taiwan, Hongkong dan Asia Tenggara, lalu *K-pop* mulai menyebarkan popularitas *the Korean wave* di Eropa dan Amerika pada tahun 2010 melalui internet dan jejaring sosial. Internet merupakan media yang efektif dalam penyebaran produk budaya pop Korea. Pada Februari 2011 mini album penyanyi *K-pop* ‘Taeyang’ berhasil meraih peringkat atas di *chart* Billboard Amerika. Tahun sebelumnya *hit single* grup *K-pop* ‘Wondergirls’ berhasil memasuki 100 peringkat teratas di *chart* yang sama. Kesuksesan ini dilanjutkan dengan konser yang diselenggarakan oleh perusahaan manajemen ternama di Korea, *SM Entertainment*, di Le Zénith de Paris, salah satu *venue* terbesar tempat para penyanyi kelas atas Perancis menyelenggarakan konser mereka. Konser yang bertajuk ‘SM Town’ tersebut dihadiri oleh *fans* para penyanyi dan *idol group* Korea yang berasal dari Perancis, Inggris, Jerman, Spanyol, Italia, Swedia, Polandia, Latvia dan Serbia (KOCIS: 2011 h 9).



Gambar III.1 Konser ‘SM Town’ di Le Zénith, Paris 10-11 Juni 2011

(Sumber: KOCIS, 2011: h 9)

III.1.1 K-pop

K-pop merupakan singkatan dari *Korean pop* yang ditujukan pada *Korean popular music*. *K-pop* tidak hanya mengacu pada tipe musik saja, tetapi juga mengacu pada pergerakan musik yang menyebar di seluruh penjuru Korea selatan yang diawali pada tahun 1990an hingga berlanjut ke seluruh dunia (www.wisegeek.com diunduh pada 2 Januari 2012 pk.19:55 WIB).

Ikon pop yang menjadi simbol berkembangnya *K-pop* pertama kali adalah Seo Taeji. Album pertamanya yang dirilis bersama beberapa anggota lain yang tergabung dalam ‘Seo Taeji and Boys’ pada tahun 1992 menjadi *hit* dan dianggap sebagai pelopor munculnya penyanyi dan *band K-pop* lainnya. Album pertama ‘Seo Taeji and Boys’ mengusung *danceable tunes music* yang lalu mengalami perubahan menjadi *heavy metal* dan *alternative rock*. Para “pengikut” Seo Taeji hingga saat ini masih mengusung musik dengan *danceable tunes* yang atraktif, walaupun begitu, para “pengikutnya” yang mendominasi *K-pop* pada tahun 2000 hingga saat ini banyak juga yang mengusung aliran *ballads*. Karena itu, *K-pop* tidak bisa digunakan untuk menyebutkan satu aliran musik tertentu, *K-pop* adalah musik pop yang berkembang dan berasal dari Korea Selatan.

Memasuki tahun 2000, perubahan drastis yang terjadi pada *K-pop* adalah yang terdapat di sistem *managementnya*, *K-pop* saat itu telah berubah menjadi lahan bisnis yang akhirnya melahirkan perusahaan *entertainment* besar seperti *Star Management (SM Entertainment)* dan *JYP Entertainment (Jin Young Park Entertainment)*. Artis *K-pop* yang muncul memasuki tahun 2000 adalah para artis terlatih yang dikemas dalam kemasan menarik dan “dibentuk” sesuai selera pasar, sehingga memiliki nilai komersialitas yang sangat tinggi. Perusahaan *entertainment* saat itu, dan hingga saat ini, banyak mengeluarkan *girl group* dan *boy band* yang dikemas dengan sangat menarik, penampilan fisik yang nyaris sempurna, musik yang *easy listening* dan performa panggung yang atraktif. Para artis *K-pop* ini, *girl group*, *boy band* serta penyanyi solo bahkan dipersiapkan untuk *go global* ke mancanegara, mereka dilatih berbagai bahasa dan dipersiapkan lagu-lagu berbahasa asing sesuai pasar yang dituju, seperti Jepang dan China.

Girl group dan *boy band* yang menjamuri *K-pop* sepanjang tahun 2000 hingga 2011 berhasil melahirkan beberapa grup musik yang menuai popularitas di penjuru Asia, Amerika dan Eropa. Pada tahun 2009 ‘Wondergirls’ menjadi penyanyi Korea pertama yang berhasil masuk ke *US Billboard Hot 100 Chart* dengan *single* mereka “*Nobody.*” Setelah itu bermunculan sejumlah *girl group* dan *boyband* lain dari *K-pop* yang berhasil memasuki pasar global hingga ke luar Asia seperti, ‘2NE1’, ‘Bigbang’, dan ‘Girls Generation.’ Selanjutnya seiring popularitas yang diraih oleh para *girl group* dan *boy band* ini mereka disebut sebagai *K-pop idol*.



Gambar III.2 *Girl Band K-pop.* ‘Girls Generation’ dan ‘Wondergirls’

(Sumber: www.entertainforus.tistory.com diunduh pada 8 Januari 2012 pk.22:19 WIB)



Gambar III.3 *Boy Band K-pop.* ‘Super Junior’ dan ‘Bigbang’

(Sumber: www.hellokpop.com diunduh pada 8 Januari 2012 pk.22:14 WIB).

Penyanyi solo *K-pop* sepanjang tahun 2000-2011 yang sangat sukses adalah ‘BoA’ (*Beat of Angel*), dan ‘Rain Bi’ (Jung Ji-hoon). BoA berhasil menjual jutaan albumnya di Jepang, dan meraih popularitasnya hingga ke United State, China

dan beberapa negara Asia lainnya. Sedangkan Rain Bi (Rain) disebut sebagai artis *K-pop* yang paling sukses dengan debutnya di Hollywood, setelah berhasil menjual jutaan albumnya di penjuru Asia dan diundang untuk tampil dalam *American MTV Video Music Awards* di Miami dan di *MTV Latin Video Music Awards* di Meksiko, Rain berhasil memperoleh nominasi dari majalah ‘Time’ sebagai salah satu dari “100 Most Influential People Who Shape Our World” pada tahun 2006 dan tampil di *New York's Madison Square Garden* di tahun yang sama. Lalu di tahun 2007 ia terpilih sebagai salah satu “Most Beautiful People” dalam daftar dunia di majalah ‘People’ (<http://www.korea.net> diunduh pada 2 Januari 2012 pk.21:57 WIB). Setelah itu, Rain tampil dalam film Hollywood “*Speed Racer*” dan “*Ninja Assassin*.” Sama halnya dengan para *girl band* dan *boy band*, para penyanyi solo *K-pop* juga disebut sebagai *K-pop idol*.



Gambar III.4 Penyanyi solo *K-pop* yang sukses di mancanegara. ‘Rain Bi’ dari JYP Entertainment dan ‘BoA’ (*Beat of Angel*) dari SM Entertainment

(Sumber: www.krmtv.com diunduh pada 8 Januari 2012 pk.22:25 WIB)

Kesuksesan para *K-pop idol* ini didukung oleh situs di internet dan jejaring sosial sebagai media promosinya. Sebagian besar para *fans K-pop* di Eropa dan Amerika telah lebih dulu akrab dengan *performance* idolanya melalui situs ‘YouTube’ sebelum para *K-pop idol* ini merilis album di kedua benua tersebut. Dalam era digital ini internet menjadi media promosi yang sangat efektif dalam menyebarkan popularitas *K-pop*. Perusahaan-perusahaan *entertainment* besar di Korea aktif mempromosikan produknya melalui *channel* resmi mereka di ‘YouTube,’

‘Facebook’ dan ‘Twitter.’ Salah satu video *hit single K-pop idol* yang paling banyak digemari adalah ‘Gee’ dari *girl band* Korea ‘Girls Generation’ yang telah ditonton 42 juta kali oleh penonton di berbagai negara termasuk Thailand, United State, Eropa dan Jepang melalui *channel* resmi SM Entertainment di YouTube.



Gambar III.5 Channel resmi entertainment Korea di YouTube
(Sumber: KOCIS, 2011: h 46)

Faktor kesuksesan *K-pop* adalah karena musiknya yang *easy listening*, *dancenya* yang atraktif serta para penyanyinya yang *good looking*. Berdasarkan hasil polling yang diadakan oleh *Korean public broadcaster* KBS pada 12.161 pengguna YouTube dari 78 negara mengenai faktor mengapa mereka menyukai *K-pop*, menghasilkan 46% alasan terbesar adalah karena musiknya. Musik *K-pop* yang *easy listening* dan *dancenya* yang atraktif dengan mudah menarik perhatian para penggemar *K-pop* untuk menyanyi dan menari bersama idola mereka. Seperti yang telah diulas sebelumnya mengenai kesuksesan konser ‘SM Town’ di Paris, pada saat itu banyak fans yang kehabisan tiket sehingga mereka harus menunggu di luar lokasi konser. Saat itu dengan spontan ratusan fans yang terdapat di luar lokasi konser meniru *dance K-pop* serentak dan membentuk *flash mob*. Walaupun bahasa yang digunakan merupakan bahasa Korea, namun para penggemar *K-pop* mampu menari dan menyanyikan lagu *K-pop* favorit mereka.

Saat ini, bermunculan *trend* terbaru yang berkembang di tengah para penggemar *the Korean wave* yaitu “*cover dance*”. *Cover dance* merupakan bentuk ungkapan dari para penggemar yang ingin mengapresiasi para idolanya. *Dance* memang

merupakan salah satu poin yang paling menjual dari *K-pop*. Kebanyakan *K-pop idol* merupakan *girl band* dan *boy band* yang terdiri dari generasi muda yang menonjol dengan personaliti dan karisma masing-masing, mereka juga telah dilatih semaksimal mungkin untuk menampilkan *performance* musik dan *dance* yang menarik. Musik *K-pop* mampu membuat para penggemarnya ingin menari dan menyanyi bersama, hal ini membuat *K-pop* sebagai musik yang menyajikan pengalaman yang menyenangkan dan dianggap sebagai *total entertainment* (KOCIS: 2011 h 63). Di Korea Selatan sendiri diadakan '*K-pop Cover Dance Festival*' yang diselenggarakan Komite '*Visit Korea Year*,' *dance K-Pop* telah dianggap sebagai bagian dari kultur Korea yang ingin mereka perkenalkan di kancah internasional, seperti yang diutarakan oleh Sekretaris Jenderal Komite '*Visit Korea Year*' Hong Ju Min, "*K-pop* telah berkembang pesat dengan meliputi *dance* dan menjadi salah satu kekuatan pendorong *hallyu*. Dengan mempromosikan *K-pop Cover Dance Festival* kami berharap dapat memiliki efek positif, dan ini merupakan kesempatan yang baik untuk meningkatkan kesadaran akan Korea." (<https://koreanindo.wordpress.com/> diunduh pada 9 Januari 2012 pk.00:04 WIB).



Gambar III.6 *K-pop girl band* 'Kara' sebagai duta '*K-pop Cover Dance Festival*' di Jepang
(Sumber: <http://koreangirlsgroup.com> diunduh pada 9 Januari 2012 pk.00:10 WIB)

III.1.2 *Fashion* yang ditampilkan oleh *K-pop Idol*

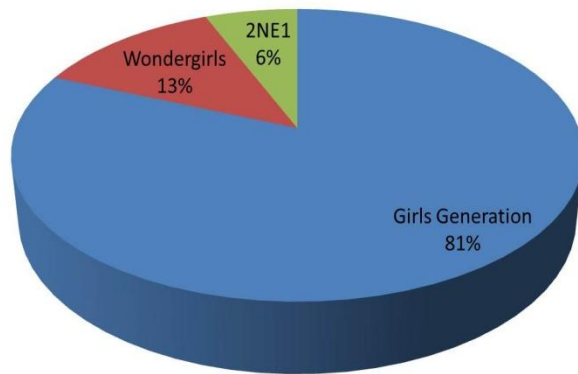
Ikon pop yang muncul dari berkembangnya budaya pop Korea turut mengembangkan pengaruh fesyen yang dianggap sebagai gaya ala Korea. Sejumlah ikon pop yang muncul dari budaya populer Korea berhasil menampilkan gaya yang menarik perhatian para penggemarnya yang menyebar di mancanegara.

Sebut saja ‘G-Dragon,’ *K-pop idol* yang terpilih menjadi salah satu dari ‘*Top 10 Men of Style*’ di surat kabar ternama Singapore bersanding dengan idola mancanegara seperti Justin Timberlake dan Ryan Gosling. Menurut penulis surat kabar tersebut, gaya rambut ‘G-Dragon’ ketika promo albumnya di tahun 2009 dengan mencatnya dengan warna *platinum blonde* menjadi tampilan yang paling dicari di Korea Selatan sepanjang tahun itu. (<http://korean-chic.com/> diunduh pada 9 Januari 2012 pk.00:40 WIB). Gaya yang ditampilkan oleh para ikon pop Korea ini dianggap tidak pernah “*plain*,” mereka hampir tidak pernah terlihat “hanya” menggunakan *T-shirt* dan *jeans*, pakaian mereka selalu penuh *detail*, bahkan pakaian prianya sekalipun.



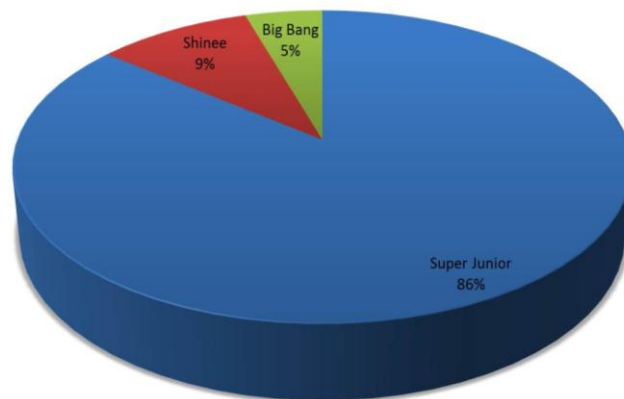
Gambar III.7 ‘G-Dragon,’ ikon fesyen *K-pop* yang menjadi *trend setter* di mancanegara
(Sumber: <http://korean-chic.com/> diunduh pada 9 Januari 2012 pk.00:40 WIB)

Pengumpulan data mengenai fesyen *K-pop idol* dalam penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yaitu, peneliti hanya mengobservasi tanpa ikut serta dalam aktivitas suatu kelompok yang diteliti (Kriyantono: 2006 h 110). Selain itu, sebelum melakukan observasi, peneliti pun menggunakan metode studi kasus untuk menentukan objek riset yang mewakili kelompok objek yang diteliti. Dalam pengumpulan data mengenai gaya *K-pop idol*, objek riset dibagi menjadi dua kelompok yaitu *girl band* dan *boy band* Korea yang meraih popularitas tertinggi berdasarkan poling yang dilakukan terhadap komunitas pecinta Korea di kota Jakarta dan Bandung. Kelompok *girl band K-pop* diwakili oleh *girl band* ‘Girls Generation.’ Berikut ini data hasil poling yang dilakukan,



Grafik III.1 Hasil poling terhadap komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung mengenai *boy band K-pop* yang paling populer di Indonesia

Kelompok *boy band K-pop* diwakili oleh *boy band* ‘Super Junior,’ berikut ini merupakan data hasil poling yang dilakukan,



Grafik III.2 Hasil poling terhadap komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung mengenai *boy band K-pop* yang paling populer di Indonesia

Berdasarkan objek riset yang telah ditentukan, maka pengumpulan data gaya yang ditampilkan oleh *K-pop idol* dibatasi lagi berdasarkan konsep kostum yang dikenakan. Pembatasan konsep kostum ini berdasarkan *single* yang dikeluarkan oleh masing-masing objek riset. Berikut ini merupakan uraian data mengenai gaya *K-pop idol* tersebut,

1. *Girl Band* Korea ('Girls Generation')

- 'Into The New World' (2007)



Gambar III.8 Kostum dari *single* 'Girls Generation,' 'Into The New World.'

(Sumber: kpopgirlsgeneration.wordpress.com diunduh pada 25 April 2013 pk.02:59 WIB)

Kostum *single* pertama Girls Generation menampilkan pakaian olah raga yang terdiri dari *tank top*, jaket berhoodie warna putih, rok *ruffles* mini warna putih, sepatu olah raga dan kaus kaki panjang sampai di batas bawah lutut yang juga berwarna putih. Konsep tampilan kostum ini adalah *lively, fresh, energetic*.

- 'Girls' Generation' (2007)



Gambar III.9 Kostum dari *single* 'Girls Generation,' 'Girls Generation.'

(Sumber: forums.soompi.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:06 WIB)

Kostum *single* 'Girls Generation' yang berjudul sama dengan nama *girl band* ini terdiri dari, *sweater* berukuran besar dengan sablon nama dan nomor di bagian depan, *hot pants* dari bahan denim, kaus kaki panjang hingga batas

bawah lutut dan sepatu olah raga berwarna putih. Konsep tampilan gaya ini tidak jauh berbeda dengan konsep kostum dari *single* 'Into The New World' yaitu, *lively, fresh, energetic*.

- 'Kissing You' (2008)



Gambar III.10 Kostum dari *single* 'Girls Generation,' 'Kissing You.'
(Sumber: yaplog.jp diunduh pada 25 April 2013 pk.03:15 WIB)

Kostum *single* 'Kissing You' terdiri dari blus berwarna putih, *hot pants*, kaus kaki panjang sampai batas bawah lutut, dan *flat shoes* yang juga berwarna putih. Konsep tampilan gaya ini adalah *sweet, cute*, romantis dan *girly*. Konsep tampilan gaya ini dilengkapi properti permen *lollipop* spiral berwarna *pink* pastel.

- 'Baby Baby' (2008)



Gambar III.11 Kostum dari *single* 'Girls Generation,' 'Baby Baby.'
(Sumber: www.fanpop.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:21 WIB)

Kostum *single* ‘Baby Baby’ terdiri dari blus, *hot pants*, rok mini, celana panjang dan *mini dress* berwarna putih dan pastel, kaus kaki panjang sampai batas bawah lutut berwarna putih dan *flat shoes* berwarna putih dan *pink* pastel. Konsep tampilan gaya ini adalah *sweet, girly, calm*, dan romantis.

- ‘Gee’ (2009)



Gambar III.12 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘Gee.’

(Sumber: everythingkcentral.wordpress.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:29 WIB)

Kostum *single* ‘Gee’ yang pertama (gambar atas) terdiri dari *T-shirts* pas badan warna putih dengan berbagai sablon di bagian depan, *cropped jacket* warna hijau metalik, *cropped jacket* warna *silver*, celana *jeans* dengan berbagai warna mencolok, dan *pump shoes* berbagai warna. Kostum *single* ‘Gee’ yang ke dua (gambar bawah) terdiri dari *T-shirts* pas badan warna putih, celana panjang *jeans* dan sepatu roda berwarna putih. Konsep tampilan kostum *single* ‘Gee’ yang pertama adalah *colorful, playful, energetic, cheerful* dan *catchy*. Konsep gaya dari kostum *single* ‘Gee’ yang ke dua pun tidak jauh berbeda dengan konsep kostum yang pertama.

- ‘Genie’ (2009)



Gambar III.13 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘Genie.’

(Sumber: smindotown.wordpress.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:39 WIB)

Kostum *single* ‘Genie’ terdiri dari seragam *navy* (angkatan laut) berwarna putih dengan berbagai modifikasi. Kostum ini terdiri dari *blazer* pas badan lengkap dengan aksesoris bergaya *navy*, *hot pants*, topi *navy*, dan *pump shoes* berwarna biru terang. Konsep gaya dari kostum ‘Genie’ ini jelas menampilkan seragam *navy* yang *sexy* dan menonjolkan kaki jenjang para anggota ‘Girls Generation.’ Penonjolan bagian kaki ini sesuai dengan tarian dalam *single* ‘Genie’ yang dikenal dengan istilah ‘*kick dance*.’

- ‘Chocolate Love’ (2009)



Gambar III.14 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘Chocolate Love.’

(Sumber: snsd-life.blogspot.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:44 WIB)

Sejak menampilkan ‘*kick dance*’ dalam *single* ‘Genie’ yang menonjolkan kaki jenjang mereka, ‘Girls Generation’ lalu pada *single-sinlge* selanjutnya tetap pada konsep kostum yang memperlihatkan keindahan kaki mereka. Kostum *single* ‘Chocolate Love’ terdiri dari *hot pants* dan blus pas badan berwarna putih dengan detail renda dan *ruffles* di bagian dada. Blus ini berpotongan pendek hingga memperlihatkan bagian perut. Aksesori menggunakan *pump shoes* berwarna *beige* dan *head pieces* berwarna putih. Konsep gaya dari kostum *single* ‘Chocolate Love’ ini adalah *glamour, elegant* dan anggun sesuai dengan produk *handphone* yang diiklankan melalui *single* ini.

- ‘Oh!’ (2010)



Gambar III.15 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘Oh!.’

(Sumber: sns-d- snsdpics.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:56 WIB)

Kostum *single* ‘Oh!’ terdiri dari *tank top* dengan sablon bermotif angka di bagian depan. *Tank top* ini berpotongan pendek hingga memperlihatkan bagian perut, dilengkapi *cropped baseball jacket* dan *hot pants*. Aksesoriya terdiri dari topi *baseball*, ikat pinggang lebar dan *long boots* berwarna *shocking pink*. Konsep gaya dari kostum ini adalah tampilan gaya *cheer leaders* yang *cute, ceria, energetic*, dan tetap *girly*.

- ‘Run Devil Run’ (2010)



Gambar III.16 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘Run Devil Run.’

(Sumber: sns-d-optimusprimerib.wordpress.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:45 WIB)

Kostum *single* ‘Run Devil Run’ terdiri dari *mini dress*, *cropped jacket*, *tube top*, *over sized T-shirt*, *blazer*, *stocking*, celana panjang ketat dan celana *jeans* yang semuanya menggunakan *range* warna putih, abu-abu, perak dan hitam. Dalam kostum ini banyak menampilkan detail *punk* seperti *studded*, robekan dan rantai logam, namun juga diberi detail payet yang berkilau yang menampilkan kesan *glamour*. Aksesori yang digunakan terdiri dari *ankle boots* hitam, kalung logam berwarna perak dan gelang dari kulit sintetis berdetail *studded*. Konsep gaya dari tampilan kostum ini terpengaruh gaya *punk* namun diberi sentuhan tampilan yang *sexy*, *glamour* dan feminin.

- ‘Hoot’ (2010)



Gambar III.17 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘Hoot.’

(Sumber: sns-d-life.blogspot.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:41 WIB)

Kostum *single* ‘Hoot’ terdiri dari *jumpsuit* ketat dengan detail kerah kemeja dan bagian bawah berupa *hot pants*. Ada juga anggota ‘Girl Generation’ yang mengenakan mini dress ketat, tank top dan celana panjang ketat. Semua kostumnya menggunakan bahan berkarakter kaku dan mengkilat berwarna putih, hitam dan warna-warna cerah yang mencolok. Aksesori yang digunakan terdiri dari ikat pinggang lebar, syal, *head band* dan *long boots*. Properti yang digunakan berupa pistol dan panah. Konsep gaya dari tampilan kostum *single* ‘Hoot’ ini adalah *secret agent* tahun 60an.

- ‘The Boys’ (2011)



Gambar III.18 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘The Boys.’

(Sumber: www.asianfanfics.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:48 WIB)

Kostum *single* ‘The Boys’ ini terdiri dari blus yang penuh detail renda, *ruffles*, detail *victorian*, *diamond*, kancing berwarna emas serta pita berwarna perak, emas dan hitam. Untuk bawahan, delapan orang anggota ‘Girls Generation’ mengenakan *hot pants*, satu orang anggota mengenakan rok *ruffles*. Aksesori mengenakan tiara berwarna perak dan *boots* berwarna emas dengan detail tali di bagian depan. Konsep gaya dari tampilan kostum ini terpengaruh gaya *new romantics*, menampilkan kesan *glam rock* yang diberi sentuhan elegan dan feminin.

- ‘Mr. Taxi’ (2011)



Gambar III.19 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘Mr. Taxi.’
(Sumber: snsdpics.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:50 WIB)

Kostum *single* ‘Mr. Taxi’ menampilkan seragam pengemudi taksi yang dimodifikasi. Kostum ini terdiri dari blus pas badan berwarna hitam dengan detail kerah kemeja, bawahan berupa *hot pants* dari bahan berkarakter kaku dan mengkilat. Aksesori berupa topi seragam pengemudi taksi, dasi dengan lebar yang sempit dan *boots* tinggi berdetail tali di bagian depan. Konsep gaya dari kostum ini adalah pengemudi taksi yang *sexy* dan menggoda.

- ‘Dancing Queen’ (2012)



Gambar III.20 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘Dancing Queen.’
(Sumber: kimbyunpark.wordpress.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:50 WIB)

Kostum *single* ‘Dancing Queen’ terdiri dari kemeja lengan pendek dan lengan panjang yang bagian bawahnya diikat hingga memperlihatkan bagian perut. Bawahannya berupa *high waist* rok klok mini dari bahan *denim*. Aksesori yang digunakan adalah ikat rambut berupa pita, ikat pinggang dengan lebar yang sempit, syal pendek yang diikat, kaus kaki sebatas mata kaki dan *pump shoes* berwarna merah terang. Konsep gaya dari kostum ini adalah gaya tahun 50an yang diberi sentuhan *cute* dan *girly*.

- ‘I Got a Boy’ (2013)



Gambar III.21 Kostum dari *single* ‘Girls Generation,’ ‘I Got a Boy.’

(Sumber: intotheworldsnsd.blogspot.com diunduh pada 25 April 2013 pk.03:53 WIB)

Kostum *single* ‘I Got a Boy’ terdiri dari *tank top* berpotongan pendek yang memperlihatkan bagian perut. Lalu dilengkapi dengan kemeja, rompi dan jaket dari bahan denim yang penuh dengan detail seperti pin, sablon dan aplikasi. Bawahan terdiri dari celana panjang jeans dengan model *baggy*, *hot pants*, *stocking* dan *legging*. Aksesori yang digunakan sangat *colorful*, terdiri dari kalung manik-manik plastik, kalung logam, rantai plastik dan rantai logam, anting plastik dan anting logam, *head band*, kaus kaki dan sepatu olah raga tinggi. Konsep gaya dari tampilan kostum ini terpengaruh gaya *hip hop* namun diberi sentuhan *playful*, ceria dan kekanak-kanakkan.

Berdasarkan hasil uraian ragam gaya dari *girl band* ‘Girls Generation,’ dapat disimpulkan bahwa konsep lagu dengan konsep tarian dan kostum telah disesuaikan dengan matang. Hal yang sama pun terlihat dalam ragam gaya

yang ditampilkan oleh *boy band* ‘Super Junior.’ Berikut ini merupakan ragam gaya dari *boy band* tersebut,

2. *Boy Band* Korea (‘Super Junior’)

- ‘Twins’



Gambar III.22 Kostum *Single* ‘Twins’

(Sumber: www.fanpop.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.23:23 WIB)

Kostum *single* ‘Twins’ terdiri dari *blazer*, celana jeans longgar, *T-shirt*, kalung berbahan logam dan sepatu olah raga. Konsep tampilan gaya kostum ini adalah anak muda yang *fresh* dan enerjik.

- ‘Miracle’



Gambar III.23 Kostum *Single* ‘Miracle’

(Sumber: www.youtube.com diunduh pada 24 Januari 2009, pk.02:19)

Kostum *single* ‘Miracle’ ini terdiri dari kemeja putih, *blazer*, dasi dan celana panjang dengan nuansa warna cokelat. Konsep tampilan gaya kostum ini adalah *school boy* yang *fresh* dan enerjik.

- ‘U’



Gambar III.24 Kostum *Single* ‘Miracle’

(Sumber: www.fanpop.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.21:35 WIB)

Kostum *single* ‘Miracle’ ini terdiri dari *T-shirt*, celana longgar bermotif *army*, sepatu *sneakers*, aksesoris berupa ikat pinggang, gelang kulit, rantai dan kalung logam. Konsep tampilan gaya kostum ini masih sama dengan *single-single* sebelumnya yaitu anak muda yang *fresh* dan enerjik.

- ‘Dancing Out’



Gambar III.25 Kostum *Single* ‘Dancing Out’

(Sumber: www.fanpop.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.23:56 WIB)

Kostum *single* ‘Dancing Out’ ini terdiri dari *T-shirt* berwarna biru muda dan putih, kemeja *casual*, rompi berhoodie, celana *jeans* longgar dan sepatu *sneakers*. Konsep tampilan gaya kostum ini masih sama dengan *single-single* sebelumnya yaitu anak muda yang *fresh* dan enerjik.

- ‘Don’t Don’



Gambar III.26 Kostum *Single* ‘Don’t Don’

(Sumber: www.youtube.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.22:18 WIB)

Kostum *single* ‘Don’t Don’ ini terdiri dari jaket kulit hitam, kaos tanpa lengan berwarna hitam putih, celana panjang hitam, beragam aksesoris logam dan sepatu *sneakers*. Konsep tampilan gaya kostum ini terinspirasi gaya *punk* yang menampilkan kemarahan dan ketidakpuasan terhadap sesuatu.

- ‘Marry U’



Gambar III.27 Kostum *Single* ‘Marry You’

(Sumber: www.fanpop.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.20:17 WIB)

Kostum *single* ‘Marry You’ ini terdiri dari *suit* formal berwarna putih, kemeja putih, sepatu pantofel putih dan dasi yang juga berwarna putih. Konsep tampilan gaya kostum ini adalah romantis, dan formal.

- ‘Sorry Sorry’



Gambar III.28 Kostum *Single* ‘Sorry Sorry’

(Sumber: www.fanpop.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.21:17 WIB)

Kostum *single* ‘Sorry Sorry’ ini terdiri dari *suit* formal, kemeja, *T-shirt*, sepatu olah raga, *vest*, dan dasi. Semuanya menampilkan nuansa warna hitam, putih dan abu-abu. Konsep tampilan gaya kostum ini adalah eksekutif muda yang dewasa, rapi dan memperhatikan penampilan.

- ‘It’s You’



Gambar III.29 Kostum *Single* ‘It’s You’

(Sumber: www.fanpop.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.01:27 WIB)

Kostum *single* ‘It’s You’ ini terdiri dari *vest*, *blazer*, *T-shirt*, kemeja, celana *chino*, sepatu olah raga, dan dasi. Semuanya menampilkan nuansa warna putih, krem dan abu-abu. Konsep tampilan gaya kostum ini adalah campuran antara gaya *casual* dengan gaya formal. Menampilkan kesan rapi dan sedikit serius.

- ‘Bonamana’



Gambar III.30 Kostum *Single* ‘Bonamana’

(Sumber: www.youtube.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.21:16 WIB)

Kostum *single* ‘It’s You’ ini terdiri dari *T-shirt*, kemeja, *blazer*, *skinny jeans*, dan sepatu olah raga. Semuanya menampilkan nuansa warna hitam putih dan abu-abu. Konsep tampilan gaya kostum ini hampir sama dengan *single* ‘Sorry Sorry’ yaitu, campuran antara gaya *casual* dengan gaya formal. Namun, kesan yang ditampilkan sedikit berbeda, kostum ini menampilkan kesan rapi, metroseksual namun lebih enerjik.

- ‘No Other’



Gambar III.31 Kostum *Single* ‘No Other’

(Sumber: www.youtube.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.01:27 WIB)

Kostum *single* ‘No Other’ ini terdiri dari *T-shirt*, kemeja, kaos tanpa lengan, *skinny jeans*, sepatu olah raga tinggi, kalung logam dan gelang

kulit. Semuanya menampilkan nuansa warna hitam putih dan merah. Konsep tampilan gaya kostum ini adalah enerjik, *fresh* dan *sporty*.

- ‘Mr. Simple’



Gambar III.32 Kostum *Single* ‘Mr. Simple’

(Sumber: www.youtube.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.21:15 WIB)

Kostum *single* ‘Mr. Simple’ ini terdiri dari *T-shirt*, kemeja, *blazer*, celana *jeans* ketat, *harem pants*, sepatu *sneakers*, dan kalung logam. Menampilkan beragam warna tua seperti merah marun, biru tua, hitam, merah bata, ungu tua, hijau tua dan sedikit warna muda yaitu *pink* muda dan biru muda. Konsep tampilan gaya kostum ini hampir sama dengan *single* ‘It’s You’ yaitu, campuran antara gaya *casual* dengan gaya formal. Menampilkan kesan rapi, percaya diri tinggi dan metroseksual

- ‘Superman’



Gambar III.33 Kostum *Single* ‘Superman’

(Sumber: www.youtube.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.01:27WIB)

Kostum *single* ‘Superman’ ini terdiri dari *T-shirt*, *blazer*, rompi berbahan denim, jaket olah raga, celana *jeans* ketat, *harem pants*, sepatu *boots*, topi,

dan kalung logam. Menampilkan beragam warna yaitu, kuning terang, pink, biru, oranye, abu-abu dan hitam. Konsep tampilan gaya kostum ini terinspirasi gaya yang mengandung aliran musik *hip-hop*, *colorful*, *energetic* dan mengenakan banyak aksesoris.

- ‘A-Cha’



Gambar III.34 Kostum *Single* ‘A-Cha’

(Sumber: www.youtube.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.01:27WIB)

Kostum *single* ‘A-Cha’ ini terdiri dari *suit* formal yang diberi banyak aplikasi yang menyerupai berlian, kemeja, dasi dan sepatu *boots*. Hanya menampilkan warna hitam. Konsep tampilan gaya kostum ini terinspirasi adalah formal, *glamour* dan elegan.

- ‘Sexy, Free and Single’



Gambar III.35 Kostum *Single* ‘Sexy, Free and Single’

(Sumber: www.youtube.com diunduh pada 18 Desember 2008 pk.17:19WIB)

Kostum *single* ‘Sexy, Free and Single’ ini terdiri dari jaket kulit hitam, kaos tanpa lengan berwarna hitam putih, celana panjang hitam, *sunglasses*, beragam aksesoris logam dan sepatu *sneakers*. Konsep tampilan gaya kostum ini adalah *sporty*, *energetic*, dan *fresh*. Beberapa detail kostum ini terinspirasi gaya *punk* namun beberapa detail lainnya terinspirasi gaya *hip hop*.

III.2 K-Pop di Indonesia

Produk kultur Korea masuk ke Indonesia diawali dengan masuknya serial drama Korea tahun 2002 berjudul ‘Winter Sonata’ dan ‘Endless Love.’ Serial drama Korea baru mulai melejit popularitasnya ketika ditayangkannya serial drama ‘Full House’ pada awal tahun 2005. Serial drama ‘Full House’ ini ditayangkan berkali-kali di beberapa stasiun TV swasta di Indonesia dan bahkan meraih 20 besar serta *share* mencapai 9,4 ketika pemutaran ulangnya di tahun 2012 (<http://m.tabloidbintang.com> diunduh pada 18 April pk.01:33 WIB). Popularitas serial drama Korea ini diikuti dengan sejumlah judul drama lain yang membanjiri tayangan televisi Indonesia.

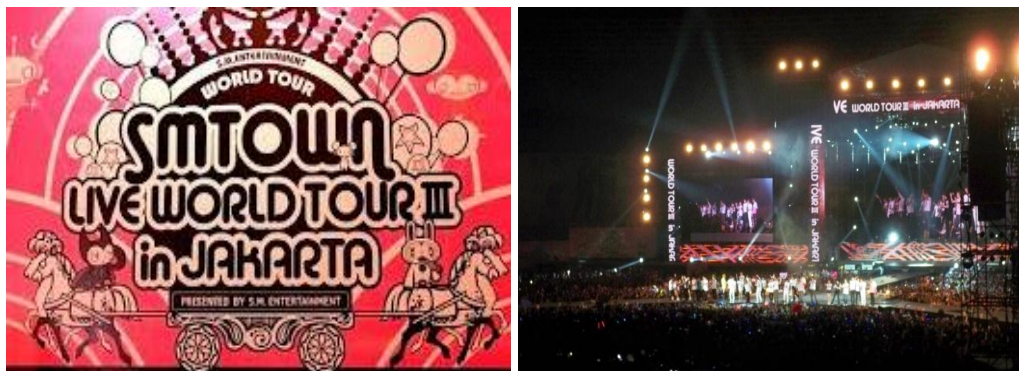


Gambar III.36 K-drama yang populer di Indonesia, ‘Full House’

(Sumber: <http://forum.koreandramas.net> diunduh pada 8 Januari 2012 pk.22:48 WIB)

Popularitas produk kultur Korea lalu dilanjutkan dengan masuknya para *K-pop idol* yang didominasi oleh *boy band* serta *girl band* berpenampilan menarik, musik yang *easy listening* dan *dance* yang atraktif. Secara perlahan namun pasti, *K-pop idol* memperoleh penggemar yang jumlahnya terus berkembang selama beberapa tahun sejak pertama kali masuk ke pasar Indonesia. Terbukti dengan suksesnya sejumlah konser *K-pop* di Indonesia seperti, ‘KIMCHI K-POP’ (Jakarta

4 Juni 2011), ‘Super Show’ 4 (Jakarta 27, 28, 29 April 2012) dan ‘SM Town’ (Jakarta 22 September 2012). Sejumlah konser tersebut dipadati oleh ribuan bahkan hingga puluhan ribu penggemar *K-pop* dari berbagai daerah di Indonesia.



Gambar III.37 Konser ‘SM Town’ di Jakarta

(Sumber: www.entertainforus.tistory.com diunduh pada 18 desember 2012 pk.02:08 WIB)

III.2.1 Komunitas Pecinta Korea di Indonesia

Seiring popularitas budaya pop Korea berkembang di Indonesia, komunitas pecinta Korea pun terbentuk dan terus mengalami perkembangan. Berawal dari komunitas yang berkumpul untuk sekedar berbagi informasi dan cerita mengenai idola favorit mereka, lalu kegiatan mereka mulai berkembang dengan mempelajari kultur Korea mulai dari bahasa, makanan hingga cara berpakaian. Seperti halnya komunitas pecinta Korea terbesar di kota Bandung yaitu ‘Hansamo,’ yang terbentuk pada 10 September 2006, diawali dengan 15 anggota yang menyukai drama Korea. Mereka pertama kali bertemu di dunia maya berbagi informasi mengenai drama Korea favorit mereka lalu memutuskan untuk bertemu dan berkumpul bersama. Setelah tiga kali berkumpul akhirnya mereka memutuskan untuk membentuk komunitas ini dengan mengajukan proposal pada Korean Association Bandung, perkumpulan warga Korea yang berdomisili di Bandung. Proposal yang mereka ajukan memperoleh dampak positif dan dari sinilah komunitas mereka dijembatani untuk berhubungan dengan kedutaan besar Korea di Indonesia. Selain itu, mereka pun memperoleh dukungan dana serta perlengkapan yang mereka butuhkan seperti alat musik dan pakaian. Pada November 2006 untuk pertama kalinya komunitas ini berkumpul dengan jumlah

anggota 240 orang, kini jumlahnya sudah bertambah menjadi sekitar 1500 orang. Nama Hansamo sendiri diberikan oleh Mr. Choi Ie Sub dari Korea Association Bandung. Arti dari Hansamo adalah komunitas yang menyukai budaya Korea. Tak hanya jumlah anggotanya saja yang berkembang, tetapi kegiatan mereka pun berkembang, dari sekedar perbincangan ringan mengenai idola favorit mereka hingga kegiatan mempelajari kultur Korea. Kegiatan terbaru yang kini menjadi *trend* di kalangan para pecinta Korea adalah *cover sing* dan *cover dance*.



Gambar III.38 Komunitas pecinta Korea 'Hansamo' di Trans Studio Mall, Bandung.

(Sumber: Dok. Penulis)



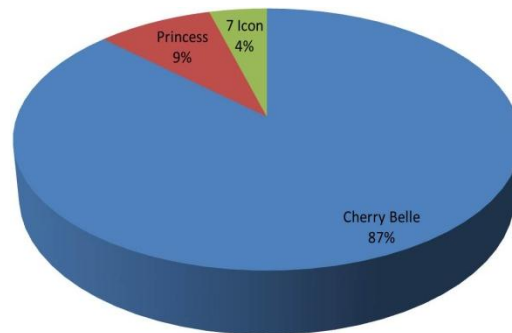
Gambar III.39 Cover dance boy band K-pop dari komunitas pecinta Korea 'Hansamo'

(Sumber: Dok. Penulis)

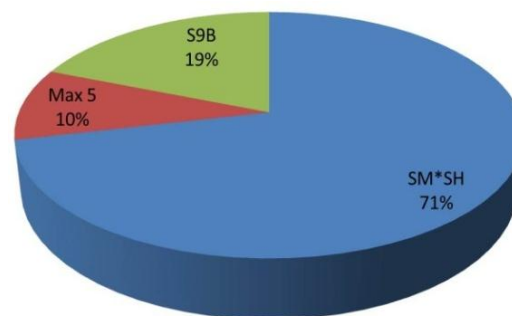
Berkembangnya kegiatan *cover sing* dan *cover dance*, yaitu meniru persis *performance* yang ditampilkan oleh para *K-pop idol*, turut mengembangkan gaya berpakaian yang dikenal dengan gaya ala *K-pop* pada masyarakat Indonesia khususnya anggota komunitas pecinta Korea. Karena tidak hanya meniru *dance* dan nyanyian para *K-pop idol* saja, tetapi juga dengan nyaris sama persis meniru cara berpakaian mereka maka pengaruh gaya yang ditampilkan oleh idolanya pun turut melekat.

III.2.2 *Girl Band* dan *Boy Band* Indonesia

Sejak *Korean wave* melanda Indonesia dan memunculkan para *K-pop idol* yang memperoleh sekian banyak penggemar, *boy band* dan *girl band* lokal pun bermunculan. Sebelumnya, industri musik Indonesia didominasi oleh *group band* beraliran melayu, lalu dengan munculnya *boy band* ‘SM*SH’ pada Oktober 2010 dengan *single* ‘I Heart You’ maka popularitas *group band* melayu pun memudar. Tangga-tangga lagu di acara musik Indonesia mulai didominasi oleh kemunculan para *girl band* dan *boy band* lokal yang secara visual dianggap meniru *girl band* dan *boy band* Korea. Dari sekian banyak *boy band* dan *girl band* yang muncul, objek penelitian ini dibatasi menjadi dua objek sebagai perwakilan dari dua kelompok. Perwakilan dari kelompok *boy band* Indonesia adalah *boy band* ‘SM*SH,’ sedangkan perwakilan untuk kelompok *girl band* Indonesia adalah *girl band* ‘Cherry Belle.’ Penentuan objek penelitian ini berdasarkan tingkat popularitas dan persepsi masyarakat mengenai *boy band* dan *girl band* yang secara visual dianggap sangat mirip dengan tampilan *boy band* dan *girl band* dari Korea. Berikut ini merupakan data hasil kuesioner tersebut.



Grafik III.3 Hasil poling terhadap komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung mengenai *girl band* Indonesia yang secara visual paling mirip dengan *girl band* K-pop



Grafik III.4 Hasil poling terhadap komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung mengenai *boy band* Indonesia yang secara visual paling mirip dengan *boy band* K-pop

Setelah pembatasan objek riset dilakukan, ragam gaya *girl band* dan *boy band* Indonesia yang secara visual dianggap meniru tampilan gaya *boy band* dan *girl band K-pop* dibatasi lagi berdasarkan *single* yang mereka keluarkan. Berikut ini ragam gaya yang ditampilkan oleh *girl band* ‘Cherry Belle’ dan *boy band* ‘SM*SH,’

1. *Girl Band* Indonesia ‘Cherry Belle’

- ‘Dilema’ (2011)



Gambar III.40 Kostum dari *single* ‘Cherry Belle,’ ‘Dilema.’
(Sumber: www.kapanlagi.com 26 April 2013 pk.20:29 WIB)

Kostum *single* ‘Dilema’ ini terdiri dari dua tampilan. Kostum yang pertama (gambar atas) terdiri dari *mini dress* hitam dengan kerah *valerin* putih dan detail menyerupai dasi yang juga berwarna putih. Aksesori yang digunakan adalah kaus kaki sebatas pergelangan kaki dan sepatu olah raga berwarna putih. Kostum ke dua (gambar bawah) terdiri dari kemeja lengan panjang warna putih, *hot pants* dengan beragam warna mencolok, dasi kupu-kupu berwarna ungu tua, kaus kaki

putih sebatas pergelangan kaki dan sepatu olah raga berwarna abu-abu, putih dan kuning. Konsep gaya dari kostum *single* 'Dilema' adalah *girly*, *cute*, dan *cheerful*.

- 'Love is You' (2012)



Gambar III.41 Kostum dari *single* 'Cherry Belle,' 'Love is You.'
(Sumber: www.youtube.com 26 April 2013 pk.20:50 WIB)

Kostum pertama (gambar paling atas) terdiri dari *mini dress* putih, sepatu sandal berhak tinggi berwarna emas metalik dan tiara yang terbuat dari lilitan ranting, daun dan bunga plastik. Kostum ke dua (gambar tengah) terdiri dari *mini dress* dan blus tanpa lengan berwarna oranye terang serta rok mini berwarna hitam, sepatu yang digunakan masih sama dengan kostum pertama. Kostum ke tiga (gambar bawah) terdiri dari blus tanpa lengan berwarna hitam dan ungu serta rok mini yang juga berwarna hitam dan ungu. Aksesori yang digunakan adalah bando dengan pita besar berwarna hitam dan *pump shoes* berwarna hitam. Konsep gaya dari kostum pertama disesuaikan dengan tema lagu dan konsep video klipnya yang menjadikan para anggota 'Cherry Belle' sebagai malaikat cinta yang romantis dan *girly*. Sedangkan kostum ke dua dan ke tiga masih menampilkan konsep gaya seperti *single* 'Dilema' yaitu *cute*, *girly* dan *cheerful*.

- 'Brand New Day' (2012)



Gambar III.42 Kostum dari *single* 'Cherry Belle,' 'Brand New Day.'

(Sumber: www.youtube.com 26 April 2013 pk.20:50 WIB)

Kostum *single* 'Brand New Day' ini terdiri dari blus putih berlengan *puff*, berkerah bulat dan dasi kupu-kupu. Bawahan berupa rok putih klok penuh bermotif *polkadot* hitam dengan *ruffles* hitam dan pita berwarna merah di tepian bawahnya. Sepatu yang dikenakan adalah *pump shoes* bertumit tinggi berwarna merah dengan *strap* di pergelangan kaki, sepatu ini dikenakan bersama kaus kaki putih pendek sebatas pergelangan kaki. Konsep gaya yang ditampilkan adalah *cute*, *girly* dan *romantic*.

Berdasarkan uraian di atas, konsep gaya yang ditampilkan oleh *girl band* 'Cherry Belle' disesuaikan dengan konsep *girl band* ini yaitu, *cute*, *girly* dan *cheerful*. Konsep tampilan gaya ini juga disesuaikan dengan tema-tema lagu mereka yang masih seputar cinta dan kehidupan remaja. Berikut ini uraian mengenai ragam tampilan gaya yang dari *boy band* 'SM*SH,'

- ‘I Heart You’ (2010)



Gambar III.43 Kostum dari *single* ‘I Heart You.’

(Sumber: <http://4.bp.blogspot.com/> 26 April 2013 pk.20:50 WIB)

Kostum *single* ‘I Heart You’ ini terdiri dari *blazer* hitam, *T-shirt* abu-abu, kemeja putih, dan celana panjang hitam. Konsep tampilan gaya kostum ini adalah menampilkan kesan rapi dan metroseksual.

- ‘Senyum Semangat’ (2011)



Gambar III.44 Kostum dari *single* ‘Senyum Semangat.’

(Sumber: remaja-online-terbaru.blogspot.com 26 April 2013 pk.20:50 WIB)

Kostum *single* ‘Senyum Semangat’ ini terdiri dari jaket, kemeja, *blazer*, *vest*, *skinny jeans*, dan sepatu *sneakers*. Seluruhnya menampilkan nuansa warna putih, disertai detail berupa ikat pinggang dengan lebar yang sempit berwarna cerah seperti, merah, oranye, biru hijau dan kuning. Konsep tampilan gaya kostum ini

adalah rapi, metroseksual namun sedikit ‘tidak biasa’ dengan penambahan *suspender* melintang membentuk garis X di bagian depan dan detail ikat pinggang berwarna mencolok.

- ‘Ada Cinta’ (2011)



Gambar III.45 Kostum dari *single* ‘Ada Cinta.’

(Sumber: www.youtube.com 26 April 2013 pk.20:50 WIB)

Kostum *single* ‘Ada Cinta’ ini terdiri dari kemeja, *T-shirt*, *polo shirt*, celana katun pendek, celana *chino*, dan sandal jepit. Aksesoris yang digunakan adalah *headband*, gelang manik-manik dan *sunglasses*. Konsep tampilan gaya kostum ini terinspirasi gaya *hippies* yang menampilkan kesan ‘*back to nature,*’ bebas, damai dan santai.

- ‘Pahat Hati’ (2012)



Gambar III.46 Kostum dari *single* ‘Pahat Hati.’

(Sumber: www.youtube.com 26 April 2013 pk.20:50 WIB)

Kostum *single* ‘Pahat Hati’ ini terdiri dari kemeja, *blazer*, jaket kulit, *vest*, *T-shirt* yang semuanya menampilkan warna hitam, putih, perak dan abu-abu. Bawahan kostum ini adalah *skinny jeans* berwarna hitam dan abu-abu. Aksesoris yang digunakan adalah gelang kulit, *sunglasses*, ikat pinggang kulit, *baseball cap* dan sepatu *boots* kulit warna hitam. Konsep gaya dari kostum ini terinspirasi gaya *punk* dengan menampilkan detail *studded* logam berwarna perak, namun dengan kesan *punk* yang lebih enerjik, dan lebih rapi.

- ‘Rindu Ini’ (2013)



Gambar III.47 Kostum dari *single* ‘Rindu Ini.’

(Sumber: www.youtube.com 26 April 2013 pk.20:50 WIB)

Kostum *single* ‘Rindu ini’ ini terdiri dari *T-shirt*, *polo shirt*, jaket *baseball*, *blazer*, dan *sweater* yang semuanya menampilkan warna hitam, krem dan putih, dengan aksen berupa warna *pink* pastel. Bawahan kostum ini adalah *skinny jeans* berwarna hitam, putih dan biru muda, serta celana *chino* warna krem. Aksesoris dan milineris yang digunakan adalah topi *fedora*, *sunglasses*, dasi kupu-kupu dan sepatu *sneakers* warna hitam. Konsep gaya dari kostum ini adalah *casual* dan enerjik.

Berdasarkan uraian di atas, konsep gaya yang ditampilkan oleh *boy band* ‘SM*SH’ disesuaikan dengan konsep *boy band* ini yaitu, *fresh*, *energetic*, dan metroseksual. Konsep tampilan gaya ini tidak disesuaikan dengan tema lagu yang dibawakan.

Bab IV Analisa Identifikasi Gaya Busana yang Disebut Sebagai Gaya Korea di Indonesia dan Kaitannya dengan Gaya Barat, Serta Pengaruhnya Terhadap Gaya Busana Remaja Indonesia

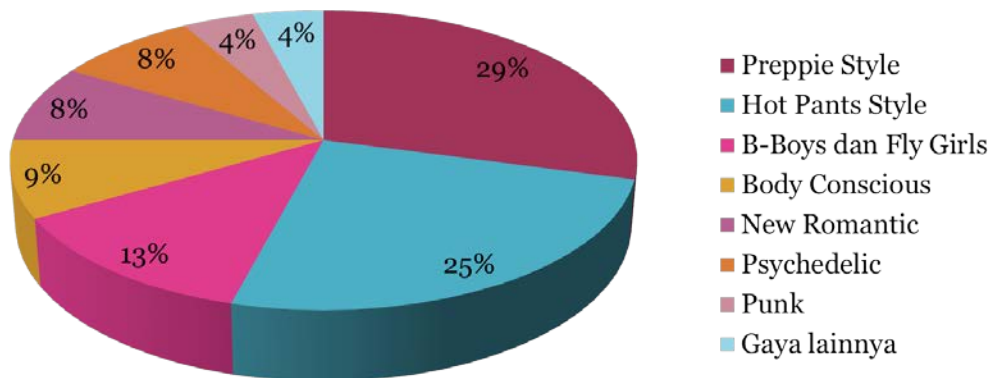
IV.1 Analisa Identifikasi Gaya Busana yang Disebut Sebagai Gaya Korea di Indonesia dan Kaitannya dengan Gaya Barat

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya di bab III (h53), bahwa pengumpulan data mengenai fesyen *K-pop idol* dalam penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yaitu, peneliti hanya mengobservasi tanpa ikut serta dalam aktivitas suatu kelompok yang diteliti (Kriyantono: 2006 h 110). Sebelum melakukan observasi, peneliti menggunakan metode studi kasus untuk menentukan objek riset yang mewakili kelompok objek yang diteliti. Proses analisa yang dilakukan untuk mengidentifikasi gaya busana yang disebut sebagai gaya Korea di Indonesia dibatasi pada ikon *K-pop* yang dibagi lagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok *girl band* dan kelompok *boy band*. Kedua kelompok ini diwakili oleh *girl band* dan *boy band* Korea yang meraih popularitas tertinggi berdasarkan poling yang dilakukan terhadap komunitas pecinta Korea di kota Jakarta dan Bandung (lihat h 53). Kelompok *girl band K-pop* diwakili oleh *girl band* ‘Girls Generation,’ sedangkan kelompok *boy band* diwakili oleh ‘Super Junior.’ Ragam gaya kedua kelompok ini dibatasi lagi berdasarkan *single* yang mereka keluarkan, karena pada setiap *single* tersebut menampilkan konsep kostum yang berbeda-beda. *Single* ‘Girls Generation’ terdiri dari 14 *single* dan *single* ‘Super Junior’ pun berjumlah sama. Ragam gaya tersebut lalu dipecah berdasarkan teori Takamura Zeshu dan didukung oleh teori Ted Polhemus untuk mengidentifikasi kaitannya dengan *street style* barat. Selain itu, ragam gaya ikon *K-pop* ini pun diidentifikasi berdasarkan elemen-elemen gayanya yang terdiri dari siluet, detail, tekstur, warna dan bahan. Elemen-elemen gaya tersebut berdasarkan teori yang diungkapkan oleh Gini S. Frings dan Elaine Stone.

IV.1.2 Hasil Analisa Gaya Ikon *K-pop*

IV.1.2.1 Hasil Analisa Gaya *Girl Band K-pop*

Berdasarkan analisa terhadap 14 gaya busana *girl band K-pop*, secara keseluruhan elemen gaya yang dikenakan merupakan elemen yang diadopsi dari gaya barat, dengan elemen yang paling banyak diadopsi adalah elemen dari gaya *preppie*. Berikut ini grafik yang menunjukkan presentase kemunculan elemen-elemen gaya yang diadopsi dari gaya barat dalam tampilan gaya *girl band K-pop*,

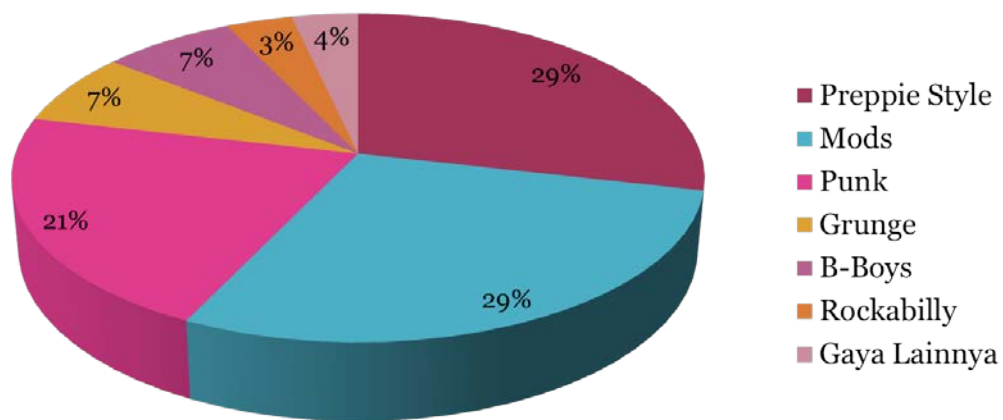


Grafik IV.1 Presentase kemunculan elemen gaya dari gaya barat pada tampilan gaya *girl band K-pop*

Juga berdasarkan tabel analisa, walaupun secara keseluruhan elemen gaya yang dikenakan merupakan elemen yang diadopsi dari gaya barat, namun terdapat perbedaan yaitu dari cara mengenakan elemen-elemen tersebut serta cara memadukan padankannya. Perbedaan dapat terlihat di tabel analisis dengan huruf yang dicetak merah. Berikut ini hasil analisa berdasarkan 14 gaya *girl band K-pop* yang diidentifikasi dengan teori Takamura Zeshu,

IV.1.2.2 Hasil Analisa Gaya *Boy Band K-pop*

Berdasarkan analisa terhadap 14 ragam gaya busana *boy band K-pop*, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan elemen gaya yang dikenakan merupakan elemen yang diadopsi dari gaya barat, dengan elemen gaya barat yang paling banyak diadopsi adalah elemen dari gaya *preppie* dan gaya *mods*, berikut ini grafik yang menunjukkan presentase kemunculan elemen-elemen gaya yang diadopsi dari gaya barat dalam tampilan gaya *boy band K-pop*,



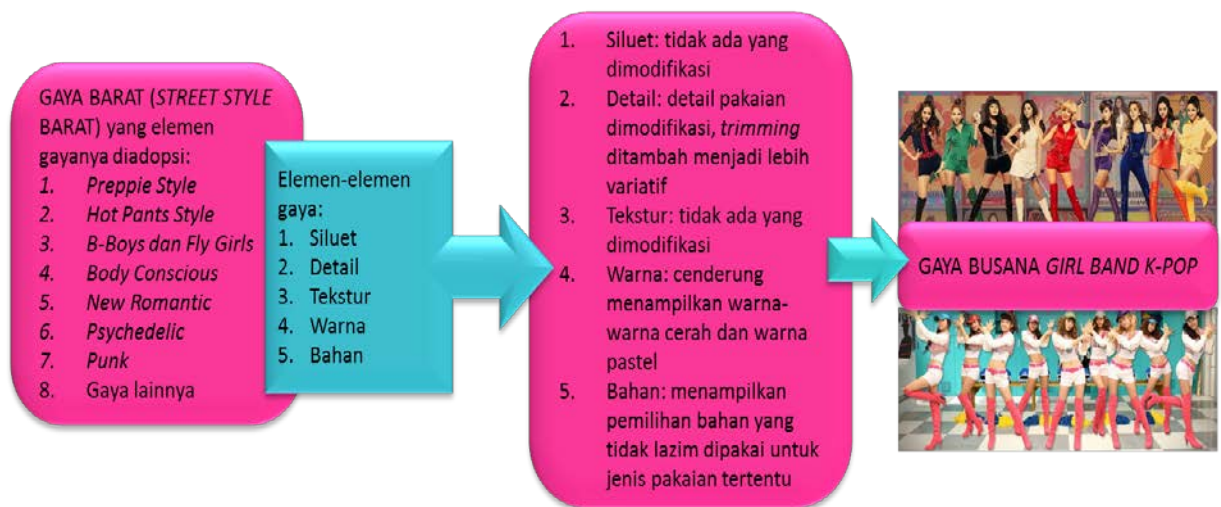
Grafik IV.2 Presentase kemunculan elemen gaya dari gaya barat pada tampilan gaya *boy band K-pop*

Juga berdasarkan tabel analisa, walaupun secara keseluruhan elemen gaya yang dikenakan merupakan elemen yang diadopsi dari gaya barat, namun terdapat perbedaan yaitu dari cara mengenakan elemen-elemen tersebut serta cara memadukan padankannya. Perbedaan dapat terlihat di tabel analisis dengan huruf yang dicetak merah. Berikut ini hasil analisa berdasarkan 14 gaya *boy band K-pop* yang diidentifikasi dengan teori Takamura Zeshu,

IV.1.2.3 Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat Oleh Ikon K-pop

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh A.A.M. Djelantik (1999: h 52) yang menyatakan bahwa gaya merupakan penonjolan yang setelah sangat menarik perhatian, cepat ditiru oleh pihak lain sehingga menjadikannya penonjolan milik bersama dan kita kenal dengan istilah 'style'. Walaupun tidak meniru persis seperti yang asli, dan masing-masing pihak sempat membuat penonjolan tersebut sesuai dengan kepribadiannya sendiri, dan karena itu bisa memberikan identitas tersendiri maka gaya mempunyai pengertian yang lebih individual. Dalam analisa gaya busana *girl band* dan *boy band K-pop*, penonjolan atau gaya barat ditampilkan dengan berbagai modifikasi sehingga menampilkan gaya yang memberikan karakteristik berbeda, sesuai dengan identitas ikon budaya pop Korea.

Perbedaan antara gaya yang ditampilkan oleh kelompok *girl band* dan *boy band K-pop* dengan gaya barat muncul karena adanya seleksi antara budaya donor yaitu barat dan budaya *acceptor* yaitu Korea. Seperti teori yang diungkapkan oleh JWM Bakker (1984: h 117), seleksi ditentukan oleh kebutuhan jasmani dan rohani, objektif dilaksanakan menurut habitat dan biome dan selera subjektif. Unsur-unsur baru dari kebudayaan donor dipilih dan dipertimbangkan dengan matang. Dalam kasus ini, unsur-unsur dari budaya donor yang diseleksi oleh budaya *acceptor* terlihat dalam skema berikut,



Skema 05. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat oleh *Girl band K-pop*

Penjelasan Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat oleh *Girl band K-pop*:

1. Siluet. Berdasarkan skema dan tabel analisa gaya *girl band K-pop*, elemen gaya barat yang paling banyak diadopsi oleh *girl band K-pop* adalah siluet. Walaupun siluet busana yang terdapat dalam gaya barat diadopsi seluruhnya, namun terdapat perbedaan dalam cara mengenakan dan memadukannya. Gaya *girl band K-pop* cenderung menggabungkan elemen dari beberapa gaya barat dalam satu tampilan sekaligus. Misalnya elemen *hot pants style* digabungkan dengan *blazer* yang merupakan elemen dari *preppie style*
2. Detail. Dalam elemen-elemen lain, *girl band K-pop* banyak melakukan perubahan terhadap elemen detail gaya barat. Gaya *girl band K-pop* banyak menambahkan aksesoris dan *trimming* yang sangat variatif. Misalnya, penambahan rantai dari manik-manik plastik pada bagian panggul dan ornamen dari tali warna emas metalik di bagian sisi *hot pants*.
3. Tekstur. Elemen tekstur yang ditampilkan dalam gaya *girl band* Korea didominasi oleh tekstur halus, lembut dan kenyal yang menampilkan kontur tubuh. Dari 14 gaya yang dianalisis, 12 diantaranya menampilkan tekstur yang memberi ilusi optik melangsingkan tubuh.
4. Warna. Dari 14 ragam gaya *girl band K-pop* yang dianalisa, warna yang ditampilkan didominasi dengan warna putih yang muncul dalam 9 gaya, lalu dilengkapi dengan warna-warna pastel dan warna-warna cerah seperti *pink*, kuning, merah dan biru. Terdapat 2 gaya yang didominasi warna hitam, menampilkan konsep gaya yang *sexy*.
5. Bahan. Pemilihan bahan yang digunakan dalam tampilan gaya *girl band K-pop* pun sedikit berbeda, misalnya jaket yang seharusnya berfungsi sebagai penghangat tubuh, justru dalam gaya *girl band K-pop* lengan jaket terbuat dari bahan tipis yang transparan.



Skema 06. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat oleh *Boy band K-pop*

Penjelasan Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat oleh *Boy band K-pop*

1. *Siluet*. Berdasarkan skema dan tabel analisa gaya *boy band K-pop*, elemen gaya barat yang paling banyak diadopsi oleh *boy band K-pop* adalah siluet. Walaupun siluet busana yang terdapat dalam gaya barat diadopsi hampir seluruhnya, namun terdapat perbedaan dalam cara mengenakan dan memadukannya. Gaya *boy band K-pop* cenderung menggabungkan elemen dari beberapa gaya barat dalam satu tampilan sekaligus. Cara mengenakan elemen-elemen tersebut pun berbeda, misalnya kerah *blazer* ditegakkan, *scarf* diikatkan di pergelangan kaki dan dasi yang hanya disampirkan saja di leher. Dari sejumlah ragam gaya *boy band K-pop* yang dianalisa, pada beberapa gaya siluet yang ditampilkan sedikit berbeda karena terdapat detail yang dimodifikasi.
2. *Detail*. *Boy band K-pop* banyak melakukan perubahan terhadap elemen detail gaya barat, misalnya garis leher *T-shirt* dibuat rendah, detail *A-simetris* seperti panjang lengan yang berbeda antara lengan kiri dan kanan, serta kemeja dibuat tanpa lengan. Selain itu, *boy band K-pop* pun banyak menambahkan *trimming* dan aksesoris yang variatif, misalnya gelang manik-manik dipadukan dengan bandana yang dililit di pergelangan tangan, tempelan yang menyerupai berlian pada ujung bawah kemeja dan bordir bunga putih di bagian bawah kerah *blazer*.

3. Tekstur. Elemen tekstur yang ditampilkan dalam gaya *boy band* Korea untuk atasan terdiri dari tekstur yang halus, lembut dan kenyal juga terdiri dari tekstur yang kaku dan tebal. Sedangkan untuk bawahan tekstur yang ditampilkan didominasi oleh tekstur kaku dan tebal.
4. Warna. Dari 14 ragam gaya *boyband K-pop* yang dianalisa, 4 gaya di antaranya didominasi oleh warna hitam, 2 gaya didominasi warna putih, dan 2 gaya menampilkan *range* warna hitam, abu-abu dan putih. 4 gaya menampilkan warna cerah seperti *pink*, kuning dan biru, lalu 2 gaya menampilkan warna-warna natural yaitu cokelat, hijau dan krem. Berdasarkan uraian ini, pada gaya *boy band K-pop* terdapat pemilihan warna yang tidak maskulin yaitu *pink*, kuning dan biru muda. Selain itu juga terdapat 2 gaya yang menampilkan hanya warna putih saja, pemilihan warna ini termasuk tidak maskulin.
5. Bahan. Tidak ada kekhususan dalam pemilihan bahan yang digunakan dalam tampilan gaya *boy band K-pop*.

IV.2 Analisa Pengaruh Gaya yang Disebut Sebagai Gaya Korea di Indonesia Terhadap Gaya Remaja Indonesia

Gaya remaja Indonesia yang diasumsi memperoleh pengaruh dari gaya *ikon K-pop* diwakili oleh *girl band* dan *boy band* Indonesia. *Girl Band* Indonesia diwakili oleh 'Cherry Belle' berdasarkan hasil poling mengenai *girl band* Indonesia yang secara visual paling menyerupai *girl band K-pop* (lihat hal 73). Sedangkan *boy band* Indonesia diwakili oleh 'SM*SH' berdasarkan hasil poling mengenai *boy band* Indonesia yang secara visual paling menyerupai *girl band K-pop* (lihat hal 73). Lalu untuk menganalisa proses adopsi gaya busana *ikon K-pop* oleh remaja Indonesia, ragam gaya *girl band* dan *boy band* Indonesia tersebut dibatasi lagi berdasarkan ragam gaya *ikon K-pop* yang telah dianalisis sebelumnya dan memiliki kemiripan dengan gaya *girl band* dan *boy band* Indonesia. Selain itu, sebagai data sekunder dianalisa juga gaya busana yang ditampilkan oleh komunitas pecinta Korea di Jakarta dan Bandung.

IV.2.2 Hasil Analisa Gaya Remaja Indonesia

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa remaja Indonesia dalam penelitian ini diwakili oleh *girl band* dan *boy band* Indonesia serta didukung dengan data sekunder mengenai gaya komunitas pecinta Korea di kota Jakarta dan Bandung. Observasi dilakukan secara tidak langsung dilakukan melalui media massa seperti televisi dan internet. Survey dilakukan pada dua *event* komunitas pecinta Korea di Bandung dan Jakarta. Berdasarkan hasil survey, dari sejumlah ragam gaya yang ditampilkan oleh ikon *K-pop*, hanya beberapa yang diadopsi oleh remaja Indonesia. Secara keseluruhan elemen gaya yang dikenakan oleh remaja Indonesia pun merupakan elemen yang diadopsi dari gaya barat, namun cara mengenakan elemen-elemen tersebut serta cara memadu padankannya cenderung mengimitasi gaya ikon *K-pop*. Walaupun mengimitasi, namun remaja Indonesia pun memberi beberapa perbedaan pada tampilan gaya busananya. Misalnya, pada pemilihan warna terdapat perbedaan yaitu, gaya busana ikon *K-pop* cenderung memilih warna cerah dan beragam dalam satu tampilan gaya busananya, sedangkan remaja Indonesia cenderung menampilkan hanya satu atau beberapa warna saja dalam satu tampilan gaya busananya. Detail *trimming* yang ditampilkan oleh remaja Indonesia meniru *trimming* yang ditampilkan oleh ikon *K-pop* namun lebih disederhanakan baik dari segi motif dan ragam warnanya. Detail pakaian yang tampak pada gaya busana ikon *K-pop* merupakan hasil modifikasi dari elemen gaya barat, misalnya panjang lengan *blazer* yang berbeda antara kiri dan kanan, namun pada tampilan gaya busana remaja Indonesia hal ini tidak nampak.

IV.2.2.1 Hasil Analisa Gaya Remaja Perempuan Indonesia

Berikut ini hasil analisa berdasarkan 7 gaya *girl band K-pop* yang diadopsi oleh remaja Indonesia, baik oleh *girl band* Indonesia maupun oleh komunitas pecinta Korea di Indonesia,

Berdasarkan tabel hasil analisa gaya remaja perempuan Indonesia, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan gaya antara gaya remaja perempuan Indonesia dengan gaya *girl band K-pop*. Perbedaan tersebut terletak pada,

1. Perbedaan detail, misalnya *micro skirt* yang dikenakan oleh *girl band K-pop* ditiru oleh remaja perempuan Indonesia namun dengan rok yang sedikit lebih panjang.
2. Penyederhanaan detail *trimming*. Gaya *girl band K-pop* kaya akan *trimming* yang variatif, namun gaya remaja Indonesia cenderung minim akan detail *trimming*. Misalnya gaya *girl band K-pop* dalam *single* 'I Got a Boy' kaya akan *trimming* berupa aplikasi di kemeja *denim*, sebaliknya gaya remaja perempuan Indonesia yang meniru gaya tersebut justru tidak menampilkan aplikasi apapun di kemeja *denim*nya.
3. Pemilihan warna. Dari 7 gaya remaja perempuan Indonesia yang dianalisa, hanya 2 gaya yang memilih warna yang berbeda dengan gaya *girl band K-pop*. Gaya busana ikon *K-pop* cenderung memilih warna-warna cerah dan sangat beragam. Sedangkan pada gaya remaja Indonesia, pemilihan warna yang ditampilkan tidak terlalu beragam.
4. Pemilihan aksesoris dan milineris. Dari 7 gaya remaja perempuan Indonesia yang dianalisa, hanya 1 gaya yang memilih aksesoris dan milineris yang berbeda dengan gaya *girl band K-pop* yaitu pada gaya yang mengadopsi *single* 'Kissing You.' Pada gaya busana ini pemilihan sepatu yang digunakan berbeda dengan yang ditampilkan pada gaya busana ikon *K-pop*. Pada ragam gaya *girl band K-pop*, banyak menampilkan penggunaan *long boots*, namun pada 7 ragam gaya busana remaja perempuan Indonesia yang dianalisa, penggunaan *long boots* hanya muncul pada 3 tampilan gaya busana.

IV.2.2.2 Hasil Analisa Gaya Remaja Laki-Laki Indonesia

Berikut ini hasil analisa berdasarkan 5 gaya *boy band K-pop* yang diadopsi oleh remaja Indonesia, baik oleh *boy band* Indonesia maupun oleh komunitas pecinta Korea di Indonesia,

Berdasarkan tabel hasil analisa gaya laki-laki Indonesia, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan gaya antara gaya laki-laki Indonesia dengan gaya *boy band K-pop*. Perbedaan tersebut terletak pada,

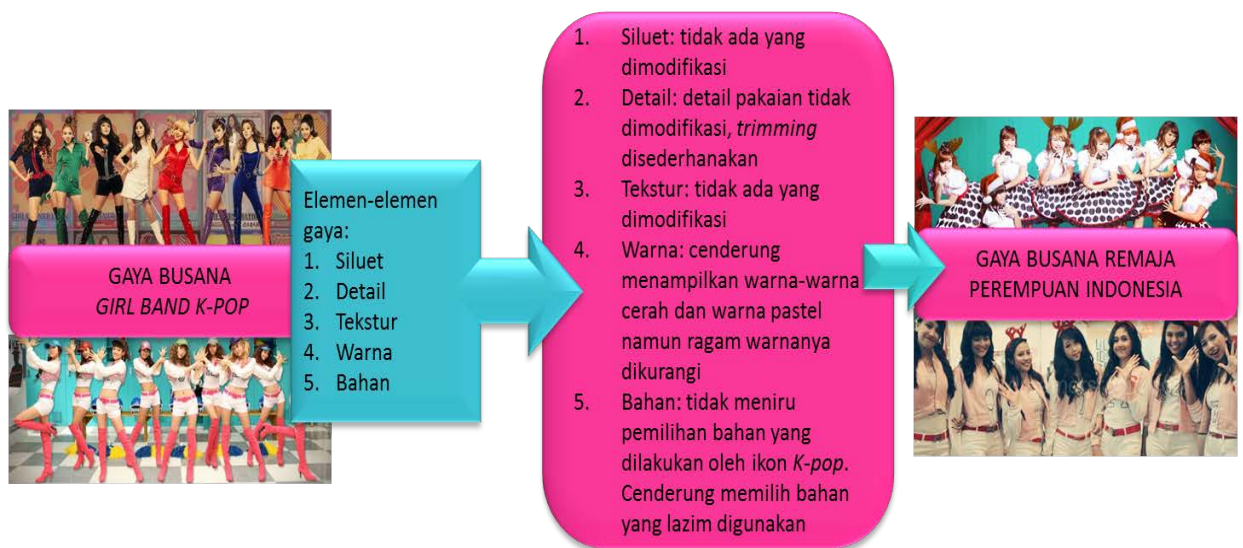
1. Perbedaan detail. Misalnya pada gaya *boy band K-pop* garis leher *T-shirt* dibuat rendah, namun garis leher *T-shirt* remaja laki-laki Indonesia cenderung sama dengan garis leher *T-shirt* yang ditampilkan pada gaya barat. Detail lain seperti panjang lengan *blazer* yang berbeda antara lengan kiri dan kanan pada gaya *boy band K-pop* sama sekali tidak muncul pada gaya remaja laki-laki Indonesia.
2. Penyederhanaan detail *trimming*. Gaya *boy band K-pop* kaya akan *trimming* yang variatif, namun gaya remaja Indonesia cenderung minim akan detail *trimming*. Misalnya gaya *boy band K-pop* dalam *single* 'A-Cha' kaya akan *trimming* berupa tempelan yang menyerupai berlian di bagian bawah kemeja dan kerah *suit*, sama sekali tidak muncul di gaya remaja laki-laki Indonesia.
3. Pemilihan warna. Dari 5 gaya remaja laki-laki Indonesia yang dianalisa, seluruhnya memilih warna-warna maskulin seperti hitam dan abu-abu. Tidak ada satupun gaya remaja laki-laki Indonesia yang menampilkan warna cerah atau warna yang tidak maskulin seperti *pink*, kuning dan biru muda.
4. Pemilihan aksesoris. Dari 5 gaya remaja laki-laki Indonesia yang dianalisa, hanya satu gaya yang menampilkan aksesoris. Sangat berbeda dengan gaya *boy band K-pop* yang banyak menampilkan aksesoris.

IV.2.2.3 Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Ikon *K-pop* oleh Remaja Indonesia

Berdasarkan tabel hasil analisa terhadap gaya remaja perempuan dan laki-laki Indonesia di atas, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan elemen gaya yang ditampilkan merupakan hasil adopsi dari gaya barat, namun cara mengenakan dan memadukannya meniru cara yang ditampilkan oleh gaya ikon *K-pop*. Sama halnya dengan kesimpulan hasil analisa proses adopsi gaya barat oleh ikon *K-pop*, dalam menyimpulkan hasil analisa proses adopsi gaya ikon *K-pop* oleh remaja Indonesia pun kembali melihat teori yang dikemukakan oleh A.A.M.

Djelantik (1999: h 52) yang menyatakan bahwa gaya merupakan penonjolan yang setelah sangat menarik perhatian, cepat ditiru oleh pihak lain sehingga menjadikannya penonjolan milik bersama dan kita kenal dengan istilah 'style'. Walaupun tidak meniru persis seperti yang asli, dan masing-masing pihak sempat membuat penonjolan tersebut sesuai dengan kepribadiannya sendiri, dan karena itu bisa memberikan identitas tersendiri maka gaya mempunyai pengertian yang lebih individual. Dalam analisa proses adopsi gaya busana *girl band* dan *boy band K-pop* oleh remaja Indonesia, penonjolan atau gaya ikon *K-pop* ditampilkan dengan beberapa modifikasi, walaupun begitu remaja Indonesia masih tetap menampilkan gaya yang memberikan karakteristik yang sama sesuai dengan gaya busana ikon budaya pop Korea.

Perbedaan-perbedaan yang muncul di antara gaya busana ikon *K-pop* dengan gaya remaja Indonesia terletak pada beberapa pemilihan elemen yang terjadi karena proses adopsi yang memenuhi syarat seleksi. Berikut ini skema yang merangkum proses adopsi gaya *girl band* Korea oleh remaja Indonesia,

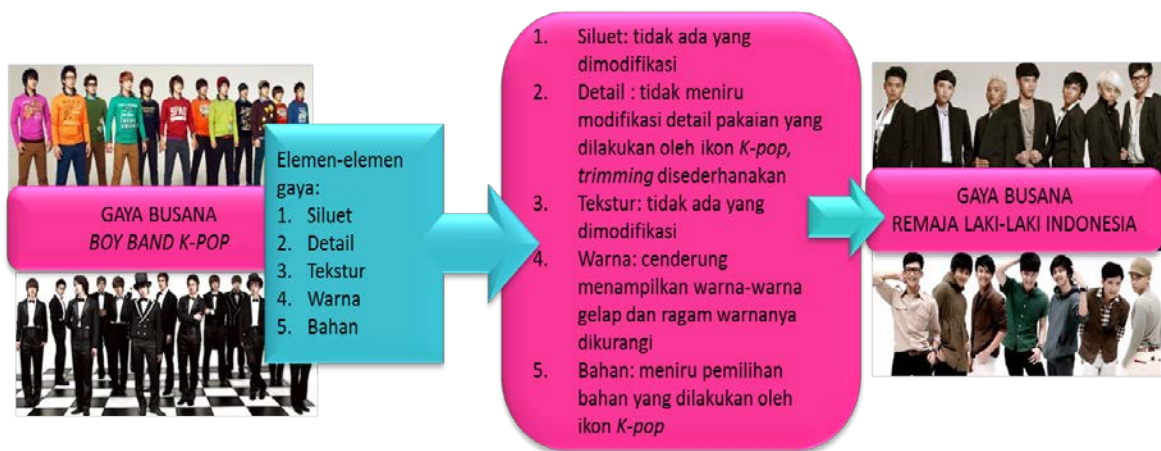


Skema 07. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya *Girl Band* Korea Oleh Remaja Perempuan Indonesia

Berikut ini merupakan penjelasan dari skema rangkuman hasil analisa proses adopsi tersebut,

1. Siluet. Siluet gaya remaja perempuan Indonesia mengadopsi gaya *girl band K-pop* yang juga hampir seluruhnya mengadopsi gaya barat. Namun, cara mengenakan elemen-elemen gaya tersebut dan cara memadukannya meniru gaya *girl band K-pop* yang cenderung memadukan elemen-elemen dari beberapa gaya barat dalam satu tampilan sekaligus.
2. Detail. Gaya *girl band K-pop* banyak menambahkan aksesoris dan *trimming* yang sangat variatif. Namun, dalam tampilan gaya remaja perempuan Indonesia detail disederhanakan. Misalnya, dalam tampilan gaya *single* 'I Got a Boy' *girl band K-pop* menampilkan *trimming* yang penuh dengan aplikasi dan *print* motif yang *colorful*, namun dalam tampilan gaya remaja perempuan Indonesia *trimming* tersebut banyak dikurangi. Dari 7 gaya remaja perempuan Indonesia yang dianalisa, hanya satu yang menampilkan modifikasi *trimming* terhadap gaya *girl band K-pop*, yang lainnya hanya meniru dan mengurangi detail *trimming* tersebut.
3. Tekstur. Dari 7 gaya remaja perempuan Indonesia hampir seluruhnya menampilkan tekstur kaku dan tebal.
4. Warna. Seperti halnya gaya *girl band K-pop*, dari 7 ragam gaya remaja perempuan Indonesia yang dianalisa, warna yang ditampilkan didominasi dengan warna putih yang muncul dalam 6 gaya, lalu dilengkapi dengan warna-warna pastel dan warna-warna cerah seperti *pink*, merah dan hijau. Sedangkan dalam gaya *single* 'I Got a Boy' *girl band K-pop* menampilkan warna yang *colorful*, namun dalam gaya remaja perempuan Indonesia ragam warnanya lebih disederhanakan.
5. Bahan. Pemilihan bahan yang digunakan dalam tampilan gaya remaja perempuan Indonesia tidak seperti *girl band K-pop* yang menggunakan bahan yang tidak lazim untuk jenis busana tertentu. Tidak ada kekhususan pemilihan bahan dalam tampilan gaya remaja perempuan Indonesia.

Berikut ini skema yang merangkum proses adopsi gaya *boy band* Korea oleh remaja Indonesia,



Skema 08. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya *Boy Band* Korea Oleh Remaja Laki-Laki Indonesia

Berdasarkan skema tersebut, berikut ini merupakan uraian yang menjelaskan proses adopsi tersebut,

1. Siluet. Siluet gaya remaja laki-laki Indonesia mengadopsi gaya *boy band K-pop* yang juga hampir seluruhnya mengadopsi gaya barat. Namun, cara memadukannya meniru gaya *boy band K-pop* yang cenderung memadukan elemen-elemen dari beberapa gaya barat dalam satu tampilan sekaligus. Cara mengenakan elemen-elemen tersebut pun ditiru, misalnya kerah *blazer* yang ditegakkan.
2. Detail. *Boy band K-pop* banyak melakukan perubahan terhadap elemen detail gaya barat, misalnya garis leher *T-shirt* dibuat rendah, detail *A-simetris* seperti panjang lengan yang berbeda antara lengan kiri dan kanan, serta kemeja dibuat tanpa lengan. Namun detail ini tidak nampak pada gaya remaja laki-laki Indonesia. Selain itu, *boy band K-pop* pun banyak menambahkan *trimming* dan aksesoris yang variatif, namun dalam gaya remaja laki-laki Indonesia *trimming* dan aksesoris tersebut disederhanakan.
3. Tekstur. Sama halnya dengan gaya *boy band K-pop*, elemen tekstur yang ditampilkan dalam gaya remaja laki-laki Indonesia untuk atasan terdiri dari tekstur yang halus, lembut dan kenyal juga terdiri dari tekstur yang kaku dan








tebal. Sedangkan untuk bawahan tekstur yang ditampilkan didominasi oleh tekstur kaku dan tebal.

4. Warna. Dari 7 ragam gaya remaja laki-laki Indonesia yang dianalisa, seluruhnya menampilkan *range* warna hitam, abu-abu, putih dan perak. Berdasarkan uraian analisa pada gaya *boy band K-pop* terdapat pemilihan warna yang tidak maskulin seperti *pink*, kuning dan biru muda, namun warna-warna tersebut tidak muncul dalam ragam gaya remaja laki-laki Indonesia.
5. Bahan. Tidak ada kekhususan dalam pemilihan bahan yang digunakan dalam tampilan gaya remaja laki-laki Indonesia.

Berdasarkan analisa pada ragam gaya *girl band K-pop*, *boy band K-pop*, remaja perempuan Indonesia dan remaja laki-laki Indonesia, maka dapat dirangkum dalam sebuah skema yang menggambarkan proses adopsi dari gaya barat, gaya yang disebut sebagai gaya Korea dan gaya remaja Indonesia. Proses adopsi yang terjadi di antara ketiga gaya tersebut merupakan adopsi seleksi yang ditentukan oleh kebutuhan jasmani dan rohani, objektif dilaksanakan menurut habitat dan biome dan selera subjektif. Unsur-unsur baru dari kebudayaan donor dipilih dan dipertimbangkan dengan matang (JWM Bakker: 1984 h 117). Dalam kasus ketiga gaya ini, gaya barat menjadi budaya donor bagi gaya Korea dan gaya Korea menjadi budaya donor bagi gaya remaja Indoensia. Maka dari itu, secara tidak langsung gaya barat pun menjadi budaya donor bagi remaja Indoensia. Unsur-unsur dari budaya donor yang diseleksi oleh budaya *acceptor* terlihat dalam skema dan tabel berikut ini,



Skema 09. Skema Rangkuman Hasil Analisa Proses Adopsi Gaya Barat oleh Ikon *K-pop* dan Gaya Busana Ikon *K-pop* oleh Remaja Indonesia

Elemen-Elemen Gaya Barat (<i>Street Style</i> Barat)	Gaya Busana Ikon <i>K-pop</i>	Gaya Busana Remaja Indonesia
<p>1. Siluet:</p>  <p><i>Straight-slim</i></p>	 <p><i>Straight-slim</i></p>	 <p><i>Straight-slim</i></p>
<p>2. Detail:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Detail pakaian pada gaya barat • Ragam gaya barat/<i>street style</i> barat • Detail <i>trimming</i> yang ada pada gaya barat (lihat Zeshu, 1997) 	<ul style="list-style-type: none"> • Memodifikasi detail pakaian yang ada pada gaya barat • Menggabungkan elemen detail dari beberapa gaya barat dalam satu tampilan gaya busana sekaligus • Menambahkan detail <i>trimming</i> yang variatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Cenderung tidak memodifikasi detail pakaian yang ada pada gaya barat • Menggabungkan elemen detail dari beberapa gaya barat dalam satu tampilan gaya busana sekaligus • Meniru detail <i>trimming</i> yang ada pada gaya busana ikon <i>K-pop</i> namun disederhanakan
<p>3. Tekstur: Tidak ada tekstur khusus</p>	<p>Tidak ada modifikasi</p>	<p>Tidak ada modifikasi</p>
<p>4. Warna: (lihat Zeshu, 1997)</p>	<p>Perempuan: Cenderung menggunakan warna putih, warna cerah dan warna pastel</p>  <p>Laki-laki: Cenderung menggunakan kombinasi warna hitam, abu-abu, putih dan juga kombinasi warna-warna cerah</p> 	<p>Perempuan: Cenderung menggunakan warna putih, warna cerah dan warna pastel</p>  <p>Laki-laki: Cenderung menggunakan kombinasi warna hitam, abu-abu, putih</p> 
<p>5. Bahan: Menggunakan bahan yang lazim digunakan</p>	<p>Mengadopsi elemen gaya barat namun menggunakan bahan yang berbeda</p>	<p>Mengadopsi elemen gaya barat dan menggunakan bahan yang sama</p>

Tabel IV.45 Rangkuman Proses Adopsi pada Gaya Barat Oleh Ikon *K-pop* dan Gaya Ikon *K-pop* Oleh Remaja Indonesia

Faktor-faktor yang memicu pergeseran pada proses adopsi ini dapat dirujuk berdasarkan motif berbusana yang menurut Riyanto (2003: h 173) terdiri dari motif religi, motif budaya, motif kebersamaan, motif mode, motif urusan dan motif alam. Dalam konteks faktor-faktor yang memicu proses adopsi pada gaya Korea oleh remaja Indonesia dibahas berdasarkan motif religi, motif budaya dan motif urusan.

a. Motif religi

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, *girl band* dan *boy band* Indonesia cenderung meniru gaya *ikon K-pop* yang tidak menampilkan citra sensual, melainkan menampilkan citra *cute*, *fresh*, dan *energetic*. Dalam hal ini, faktor religi sangat berpengaruh bagi preferensi masyarakat Indonesia dalam menampilkan gaya berbusana. Norma-norma agama dan kesopanan masih diperhatikan oleh remaja Indonesia dalam memilih elemen-elemen gaya.

b. Motif budaya

Budaya dapat mempengaruhi pemilihan elemen-elemen dalam gaya. Misalnya pemilihan warna-warna cerah bagi tampilan gaya *boy band* Korea tidak nampak pada gaya remaja laki-laki Indonesia. Hal ini karena terdapat perbedaan budaya antara Korea dan Indonesia. Remaja laki-laki Indonesia cenderung memilih warna-warna gelap dan terkesan maskulin seperti hitam, putih, abu-abu, dan biru. Sedangkan bagi remaja laki-laki Korea, pemilihan warna cerah seperti *pink*, kuning dan biru muda merupakan hal yang lazim.

c. Motif urusan

Dalam konteks urusan, busana terkait dengan perekonomian. Tingkat kesejahteraan masyarakat Korea yang tinggi memungkinkan mereka untuk memodifikasi gaya barat dengan bebas dan kreatif, dengan hasil modifikasi yang sangat variatif. Majunya teknologi di Korea pun memungkinkan ketersediaan produk *fashion* yang mendukung tampilan gaya mereka. Namun, bagi remaja Indonesia, khususnya komunitas pecinta Korea, meniru gaya Korea yang kaya akan detail yang variatif terbentur dengan segala keterbatasan, misalnya ketersediaan variasi produk *fashion* di pasar Indonesia yang minim. Oleh karena itu, terdapat penyederhanaan dan pengurangan elemen detail pada gaya remaja Indonesia.

Bab V Penutup

V.1 Kesimpulan

Setelah serangkaian proses penelitian dan pembahasan hingga bab IV mengenai gaya yang disebut sebagai gaya Korea di Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan yang telah dipaparkan di bab I. Kesimpulan-kesimpulan tersebut diantaranya sebagai berikut,

1. Penelitian ini bertolak dari asumsi awal yang menyatakan bahwa adanya misinterpretasi di kalangan masyarakat Indonesia mengenai gaya yang disebut sebagai gaya Korea, gaya tersebut berdasarkan pengamatan sekilas diasumsikan sebagai gaya barat. Berdasarkan observasi langsung dan tidak langsung yang dilakukan di Seoul, Jakarta dan Bandung, maka dapat diketahui bahwa yang disebut sebagai gaya Korea oleh masyarakat Indonesia adalah gaya panggung yang dikenakan oleh ikon budaya pop Korea yang populer di Indonesia melalui arus globalisasi dan kencangnya arus informasi dari teknologi internet. Serangkaian proses analisa dilakukan terhadap sejumlah ragam gaya ikon budaya pop Korea tersebut dengan mencoba menelusuri dari mana gaya tersebut berasal. Hasil analisa menunjukkan bahwa seluruh elemen gaya yang dikenakan oleh ikon budaya pop Korea ini berasal dari barat, namun terdapat berbagai hal yang menjadikan kedua gaya ini berbeda. Perbedaan tersebut di antaranya adalah,
 - Gaya yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea memadukan elemen-elemen dari beberapa gaya barat dalam satu tampilan sekaligus lalu elemen-elemen tersebut dikenakan dengan cara yang berbeda
 - Ikon budaya pop Korea memodifikasi elemen detail gaya barat dan menambahkan detail *trimming* yang variatif
 - Dalam gaya yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea terdapat pemilihan bahan yang berbeda dengan yang digunakan pada gaya barat(Untuk lebih jelas lihat tabel analisa hal 86-113)

Walaupun terdapat perbedaan, namun gaya yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea dapat disimpulkan telah mengadopsi gaya barat, maka gaya barat merupakan budaya donor bagi gaya Korea. Proses adopsi yang terjadi pada gaya barat oleh ikon budaya pop Korea ini merupakan proses adopsi yang memenuhi syarat seleksi (lihat h 14). Seleksi ini terjadi karena terdapat perbedaan dalam berbagai aspek antara Korea dengan negara-negara barat. Gaya barat yang merujuk pada *street style* barat, lahir dari sekian banyak permasalahan yang terjadi dalam berbagai aspek kehidupan negara-negara tersebut. Sedangkan gaya yang ditampilkan oleh ikon budaya pop Korea, sejauh pengamatan penulis semata-mata hanyalah gaya yang dikemas sedemikian rupa untuk memenuhi nilai komersialitas budaya pop. Berbagai seleksi yang terjadi dalam proses adopsi gaya barat oleh Korea menghasilkan redefinisi objek-objek dalam *street style* barat, menampilkan objek yang sama namun dengan makna yang berbeda. Misalnya, *studded* pada gaya *punk* yang mencerminkan pemberontakan dan kemarahan justru dalam gaya Korea dipadukan dengan elemen gaya *Ivy League* yang justru mencerminkan citra yang berseberangan dengan pemberontakan dan kemarahan. Jika merujuk dari nilai historis *street style* barat dan melihat latar belakang kemunculan gaya Korea yang jauh berbeda, maka dapat disimpulkan pula bahwa *street style* barat hanya berperan sebagai *supermarket of style* bagi gaya Korea, sekian banyak ragam *street style* digabungkan dan dikemas dalam satu tampilan ikon budaya pop Korea. Karena gaya merupakan karakteristik, penyajian atau ekspresi artistik yang bersifat khusus (lihat h 16), maka perbedaan-perbedaan antara gaya barat dengan gaya yang ditampilkan oleh ikon *K-pop* telah menghasilkan gaya baru yang disebut sebagai gaya Korea.

2. Di Indonesia sendiri, gaya Korea meraih popularitas yang tinggi, berhasil mengumpulkan sekian banyak penggemar yang membentuk komunitas pecinta Korea, serta memunculkan *girl band* dan *boy band* yang secara visual menyerupai *girl band* dan *boy band K-pop*. Hal ini memunculkan pertanyaan mengenai proses adopsi yang terjadi pada gaya Korea oleh remaja Indonesia.

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan terhadap gaya remaja Indonesia dengan studi kasus komunitas pecinta Korea serta *girl band* dan *boy band* Indonesia yang secara visual menyerupai *girl band* dan *boy band K-pop*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan-perbedaan sebagai berikut,

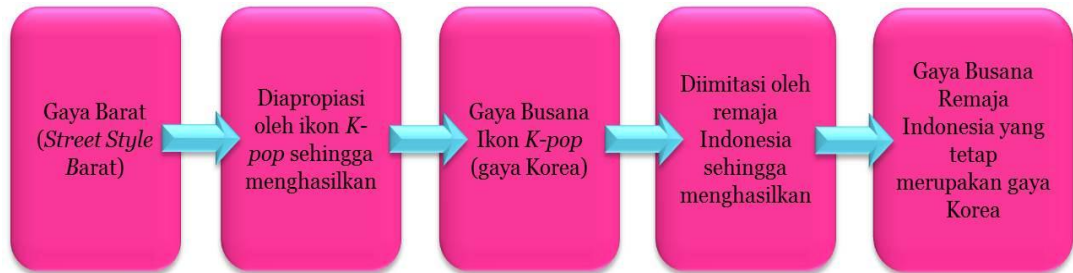
- Proses modifikasi detail yang dilakukan oleh ikon budaya pop Korea terhadap detail gaya barat tidak nampak pada gaya busana remaja Indonesia. Walaupun begitu, cara mengenakan dan memadukan elemen-elemen gaya barat meniru hampir sama persis dengan yang ditampilkan dalam gaya busana ikon budaya pop Korea
- Detail *trimming* yang sangat variatif pada gaya Korea ditiru namun disederhanakan oleh remaja Indonesia
- Dalam pemilihan bahan, remaja Indonesia mengadopsi elemen gaya barat dan tidak melakukan perubahan pada penggunaan bahannya.

(Untuk lebih jelas lihat tabel analisa hal 122-133)

Karena gaya Korea sendiri merupakan hasil dari adopsi terhadap gaya barat, maka gaya remaja Indonesia yang mengadopsi gaya Korea dapat dikatakan secara tidak langsung juga mengadopsi gaya barat. Berdasarkan analisa, perbedaan yang terdapat di antara gaya Korea dengan gaya remaja Indonesia tidak memperlihatkan perbedaan dalam cara menampilkan elemen-elemen gaya. Maka dengan kembali melihat definisi gaya yaitu (lihat h 16), maka gaya yang ditampilkan oleh remaja Indonesia (studi kasus: *girl band* dan *boy band* Indonesia) dapat disimpulkan merupakan gaya Korea.

Ikon *K-pop* mampu menginterpretasi gaya barat dengan menerjemahkannya kembali dalam tampilan gaya yang memiliki karakteristik berbeda. Proses adopsi gaya yang dilakukan oleh ikon *K-pop* terhadap gaya barat ini merupakan proses apropriasi yang meniru namun memodifikasi sedemikian rupa sehingga menjadikannya berbeda dan menjadi miliknya sendiri. Sedangkan remaja Indonesia hanya menginterpretasi gaya ikon *K-pop* tanpa mampu mengappropriasi gaya tersebut. Proses adopsi yang dilakukan oleh

remaja Indonesia terhadap gaya ikon *K-pop* semata-mata hanyalah sekedar mengimitasi, yaitu meniru perilaku yang dilakukan oleh pihak lain. Berikut ini skema yang merangkum proses adopsi yang terjadi di antara gaya barat, gaya ikon *K-pop* dan gaya remaja Indonesia



Skema 10. Rangkuman Kesimpulan Proses Adopsi Gaya Barat oleh Ikon *K-pop* dan Gaya Busana Ikon *K-pop* oleh Remaja Indonesia

V.2 Saran

Penelitian ini mengkaji gaya busana Korea berdasarkan asumsi bahwa adanya misinterpretasi di kalangan masyarakat Indonesia (lihat hal 4), sehingga menganalisa gaya busana Korea berdasarkan teori-teori mengenai *street style* barat. Selanjutnya, proses adopsi yang dianalisa lebih difokuskan pada proses adopsi yang terjadi setelahnya, yaitu adopsi pada gaya busana Korea oleh remaja Indonesia. Penelitian ini dapat menjadi wacana untuk penelitian selanjutnya, yang disarankan dapat menganalisa gaya busana Korea dari sudut pandang lain, juga lebih jauh mengupas gaya busana Korea secara historis hingga gaya tersebut meluas di mancanegara seperti sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakker, J.W.M. 1987. *Filsafat Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius
- Barnard, M. 1996. *Fashion Sebagai Komunikasi (Fashion as Communication)*. Yogyakarta: Jalasutra
- Barthes, R. 1983. *The Fashion System*. Hill & Wang/Farrar, Straus & Giroux
- Bunka Fashion College. 1984. *Guide To Fashion design*. England: W. Foulsham & Co. Ltd
- Darmaprawira, S. 2002. *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB
- Djelantik, A.A.M. 1999. *Estetika Sebuah Pengantar*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia
- Frings, G.S. 1987. *Fashion from Concept to Consumer*. New Jersey: Prentice-Hall
- Haldani, A. 1998. *Street Style Sebagai Fenomena Budaya dan Pengaruhnya di Indonesia*. Tesis Magister Desain. Bandung: Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung
- Iwabuchi, K. dan Huat, B.C. 2008. *East Asian Pop Culture: analyzing the Korean Wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press
- Korean Culture and Information Service. 2011. *The Korean Wave: A new pop culture phenomenon*. Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism

- Lafuente, M. dan Navarro, J. 2007. *Fashion Source: Technical Design*. Singapura: Page One Publishing Private Limited
- Martono, J. 2000. *Gaya Busana Punk di Bandung (Sebuah Kajian Semiotik)*. Tesis Magister Desain. Bandung: Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung
- Nahari, I. 2006. *Pergeseran Gaya Berpakaian Artis Dangdut Indonesia Kurun Waktu 1960an S.D. 2000an*. Tesis Magister Desain. Bandung: Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung
- Piliang, Y.A. 2004. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Jalasutra
- Riyanto, A.A. 2003. *Teori Busana*. Bandung: Yapemdo
- Siregar, B.S. 2008. *Kajian Harajuku Style di Indonesia Ditinjau Melalui Pendekatan Unsur-Unsur Fashion*. Tesis Magister Desain. Bandung: Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung
- Soedjatmiko, H. 2008. *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada: Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sorapure, M. dan Petracca, M. 2001. *Common Culture: Reading and Writing About American Popular Culture*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Stone, E. 2006. *The Dynamic of Fashion*. New York: Fairchild
- Zeshu, T. 1997. *Roots of Street Style*. Tokyo: Graphic-Sha

Website:

<http://azmynisca.blogspot.com>

<http://article.wn.com>

<http://dictionary.reference.com>

www.collegefashion.net

<http://articles.cnn.com>

www.wisegeek.com

www.entertainforus.tistory.com

www.hellokpop.com

www.krmtv.com

<http://koreangirlsgroup.com>

www.youtube.com

<http://korean-chic.com/>