**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

*Fashion* (fesyen) adalah gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mode merupakan bahasa resmi dari fesyen yang memiliki arti bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (tata pakaian, potongan rambut, corak hiasan, dan sebagainya). Thomas Carlyle menjelaskan bahwa pakaian adalah perlambang jiwa. Pakaian tak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia.[[1]](#footnote-1) Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia tepatnya di provinsi Jawa Barat yang menjadi destinasi wisata belanja produk – produk fesyen seperti pakaian, tas, hingga sepatu. Jalan Riau, Jalan Cibaduyut dan Jalan Sukajadi merupakan beberapa lokasi yang menjadi surga belanja para pecinta fesyen. Belum lagi Pasar Cimol Gede Bage yang menjadi surga para pecinta barang *fashion* *secondhand*. Berbagai macam produk fesyen dapat ditemukan di kota Bandung. Hampir setiap bulan acara dengan tema fesyen seperti pameran *fashion* hadir di kota Bandung terutama menjelang hari – hari besar dan akhir tahun.

Secara tidak langsung hal itu mendukung masyarakat terutama para anak muda kota Bandung untuk selalu tampil *fashionable*. Mereka menyadari bahwa fesyen merupakan salah satu bagian penting yang harus diperhatikan karena penampilan merupakan cerminan dari kepribadian. *Eastern Kentucky University* melakukan uji coba terhadap 170 mahasiswa untuk menilai dua orang lelaki dilihat dari foto. Disebutkan bahwa penampilan dapat mencerminkan kepribadian. Orang yang menarik akan berusaha untuk menjaga penampilan.[[2]](#footnote-2) *InstaMeet* dan *Hijabers Community* adalah dua di antara beberapa komunitas fesyen yang ada di kota Bandung. Perlu diketahui bahwa tidak semua anak muda pecinta *fashion* mengikuti komunitas. Banyak di antara mereka yang lebih senang untuk tampil secara individu dengan *style* (gaya)yang sesuai kepribadian mereka.

Perkembangan media sosial yang cepat dan mudah dipahami menjadi salah satu cara komunikasi sebagai jalan pembuka bagi para individu pecinta fesyen untuk lebih kreatif menambah referensi *style* agar selalu *up to date* dan *stylish*. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang paling diminati oleh masyarakat umum terutama para pecinta fesyen. Mereka bisa berkomunikasi dengan siapapun, berbagi seputar kehidupan fesyen mereka karena pada dasarnya *instagram* merupakan *photo sharing platform*. Selain *instagram*, para pecinta fesyen pun menyukai media lain yaitu blog. Secara singkat blog bisa dikatakan sebagai *diary online* aktivitas fesyen mereka. Para pecinta fesyen yang memiliki blog dinamakan *fashion blogger*.

Para *fashion blogger* di kota Bandung memiliki berbagai macam *style* sesuai kepribadian mereka. Namun sejak tahun 2015 lalu terdapat satu *style* yang menarik perhatian para *fashion blogger* di berbagai belahan dunia termasuk di Indonesia tepatnya kota Bandung yaitu *minimalist style*. Mereka menyukai *style* ini karena perpaduan warna yang tidak terlalu banyak dan cenderung memakai satu warna saja (monokrom). Beberapa warna yang sering dipakai adalah warna hitam, abu, dan putih. Warna – warna tersebut merupakan warna dasar yang hampir dimiliki oleh siapapun dan mudah untuk dipadupadankan. Bentuk pakaian yang sederhana (*effortless*) dan tidak bertumpuk menjadi ciri khas dari gaya ini.[[3]](#footnote-3) Selain itu, *minimalist style* memberikan tampilan urban dan modern sesuai dengan jiwa anak muda di Kota Bandung yang kreatif, unik, dan modern.

Pemilihan *minimalist style* oleh para *fashion blogger* sebagai gaya sehari – hari mereka merupakan salah satu fenomena (penampakan) yang sedang terjadi di Kota Bandung. Mereka memilih *minimalist style* sebagai bentuk ekspresi yang ingin diperlihatkan melalui pakaian yang mereka kenakan. Terdapat kesamaan dari para *fashion blogger* yang memakai gaya minimalis yaitu mereka tidak ingin terlihat kaku dan terikat dengan satu lingkungan saja. Mereka ingin dikenal sebagai masyarakat urban. Tahun 2014 tren *fashion* cenderung ke arah warna – warni terutama di Indonesia. Hal itu ditandai dengan kemunculan Dian Pelangi, desainer sekaligus *fashion blogger* yang terkenal dengan keanekaragaman warna di dalam outfit yang dikenakan.

Salah satu tokoh fenomenologi yaitu Alfred Schutz menjelaskan seputar penampakan yang terjadi di dunia sosial bisa diteliti secara ilmiah begitu pun sebaliknya, wawasan bisa dikembangkan ke dalam dunia sosial. Ia memusatkan perhatian kepada cara orang memahami kesadaran orang lain tetapi hidup dalam aliran kesadaran sendiri. Alfred Schutz menggunakan perspektif *intersubyektif* yaitu kehidupan dunia. Ia meletakkan manusia dalam pengalaman subyektif dalam bertindak dan mengambil sikap dalam kehidupan sehari – hari. Terdapat konsep *motive* yang dibedakan menjadi dua makna yaitu *in order to motive* dan *because motive*. Makna yang pertama yaitu *in order to motive* berarti *motive* yang dijadikan pijakan seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan di masa mendatang sedangkan makna yang kedua yaitu *because motive* berarti *motive* dibalik suatu hal yang telah dikerjakan (masa lalu).

Para *fashion blogger* pasti memiliki alasan saat memilih *minimalist style* menjadi gaya keseharian mereka. Tindakan tersebut bisa saja di dasari berbagai macam alasan, beberapa di antaranya hanya ketertarikan dengan tren *fashion* yang sedang naik, peniruan dari gaya orang lain (*fashion influencer*), atau benar – benar sebagai cara memperlihatkan jati diri.

Menurut De Vito, komunikasi interpersonal merupakan pengiriman pesan – pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan *feedback* yang langsung. Tanpa disadari, para *fashion blogger* telah melakukan komunikasi interpersonal dalam kehidupan sehari – hari terlebih lagi di dalam aktivitas yang berkaitan dengan fesyen. Contohnya saat mereka berinteraksi dengan sesama *fashion blogger*, berbagi cerita mengenai kegiatan yang baru dilakukan atau berbagi pengalaman menjadi seorang *fashion blogger*.

* 1. **Fokus Kajian**

Berdasarkan penuturan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti fenomena pemilihan *minimalist style* sebagai identitas gaya sehari – hari yang dilakukan oleh para *fashion blogger* kota Bandung. Selain itu juga mengetahui latar belakang (*motive*) pemilihan *minimalist style* oleh para *fashion blogger.* Maka penelitian tersebut diberi judul **“Fenomena *Minimalist Style* di Kalangan *Fashion Blogger* Kota Bandung”**.

* 1. **Pertanyaan Penelitian**

Terdapat tiga pertanyaan terkait konteks penelitian yaitu :

1. Bagaimana fenomena *minimalist style* dikalangan *fashion blogger* kota Bandung?
2. Bagaimana latar belakang (*because motive*) para *fashion blogger* memilih *minimalist style*?
3. Apa tujuan (*in order to motive*) dari pemilihan *minimalist style* sebagai identitas gaya sehari - hari?
   1. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui fenomena *minimalist style* di kalangan *fashion blogger* kota Bandung
2. Mengetahui latar belakang (*because motive*) para *fashion blogger* memilih *minimalist style*.
3. Mengetahui tujuan (*in order to motive*) dari pemilihan *minimalist style* sebagai identitas gaya sehari – hari.
   1. **Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu contoh nyata dari penerapan studi fenomenologi Alfred Schutz yang berkaitan dengan pembahasan latar belakang (*motive*) dibalik pemilihan *minimalist style* oleh para *fashion blogger* sebagai bentuk ekspresi diri di dalam kehidupan sehari – hari.

Studi fenomenologi Alfred Schutz menggunakan perspektif *intersubyektif* yaitu kehidupan dunia. Ia meletakkan manusia dalam pengalaman *intersubyektif* dalam bertindak dan mengambil sikap dalam kehidupan sehari – hari. Alfred Schutz juga terkenal dengan konsep *motive* yang terbagi menjadi dua yaitu *because motive* dan *in order to motive*. Kedua konsep motive tersebut dapat dijadikan pijakan untuk mengetahui fenomena yang sedang terjadi sesuai dengan topik penelitian yaitu fenomena *minimalist style* di kalangan *fashion blogger* kota Bandung.

* 1. **Kegunaan Praktis**
     1. **Kegunaan Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti mengenai latar belakang (*because motive*) dan tujuan (*in order to motive*) dari fenomena (penampakan) *minimalist style* yang terjadi di kalangan *fashion blogger* di kota Bandung dalam kajian studi fenomenologi.

* + 1. **Kegunaan Bagi Mahasiswa**

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Pasundan secara umum dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat secara khusus yang memiliki minat di bidang fesyen. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian di bidang yang sama yaitu fenomena *minimalist style* di kalangan *fashion blogger* di kota Bandung.

* + 1. **Kegunaan Bagi Masyarakat**

Penelititan ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang memiliki rasa ingin tahu terkait bidang fesyen (mode) dan pemilihan salah satu *style* (gaya) sebagai bentuk ekspresi diri.

* 1. **Kerangka Pemikiran**
     1. **Kerangka Konseptual**

Harold D Laswell mengemukakan pendapatnya seputar komunikasi. Pendapat tersebut dikenal dengan model komunikasi Harold D Laswell yaitu *Who says what in which channel to whom with what effect* yang memiliki arti bahwa siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan apa pengaruhnya.

Everett M. Rogers mengemukakan bahwa komunikasi adalah Proses dimana suatu ide di alihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Komunikasi yang dilakukan oleh para *fashion blogger* merupakan komunikasi nonverbal. Menurut Larry A Samovar dan Richard E Porter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan pengunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim ataupun penerima termasuk perilaku yang disengaja maupun tidak disengaja.[[4]](#footnote-4) Penampilan fisik di antaranya busana dan warna termasuk ke dalam pembahasan komunikasi nonverbal.

Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi antara orang – orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal.

* + 1. **Kerangka Teoritis**

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti “menampak”. *Phainomenon* merujuk pada “yang menampak”. Fenomena tiada lain adala fakta yang disadari dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula.[[5]](#footnote-5) Fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Di dalam fenomenologi, peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan – kaitannya terhadap orang- orang biasa dalam situasi – situasi tertentu. Filsuf Edmund Husserl dan Alfred Schutz merupakan tokoh filsafat yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan fenomenologi.

Fenomenologi adalah filosofi sekaligus pendekatan metodologis yang mencakup berbagai metode. Menurut Orlens (Dimyati, 2000: 70), fenomenologi adalah instrumen untuk memahami lebih jauh hubungan antara kesadaran individu dan kehidupan sosialnya.

Edmund Husserl mengatakan bahwa kebenaran dapat diyakinkan melalui pengalaman langsung dengan catatan harus disiplin dalam mengalami segala sesuatu. Pendekatan fenomenologi Husserl sangat objektif; dunia dapat dialami tanpa harus membawa kategori pribadi seseorang agar terpusat pada proses.[[6]](#footnote-6)

Di dalam **Kuswarno**, **Edmund Husserl** menjelaskan bahwa;

**Fenomenologi adalah ilmu tentang hakikat dan bersifat *a priori*.Fenomena Husserl berbeda dengan makna fenomena Immanuel Kant. Jika Kant mengatakan bahwa subjek hanya mengenal fenomena bukan noumena, maka bagi husserl fenomena mencakup noumena. (Kuswarno, 2009:9)**

Martin Heidegger, tokoh fenomenologi hermeutika mengemukakan bahwa realitas sesuatu itu tidak diketahui dengan analisis yang cermat atau pengurangan, tetapi oleh pengalaman alami yang diciptakan oleh penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari (Littlejohn dan Foss, 2009: 57-59).

Max Scheler memiliki pandangan terhadap fenomenologi yang terbagi menjadi tiga bagian. Di dalam Kuswarno disebutkan;

1. **Penghayatan (erleben), atau pengalaman intuitif yang langsung menuju ke “yang diberikan”. Setiap manusia menghadapi sesuatu dengan aktif, bukan dalam bentuk penghayatan yang pasif.**
2. **Perhatian kepada “apanya” (washeit, whatness, esensi), dengan tidak memperhatikan segi eksistensi dari sesuatu. Husserl menyebut hal ini dengan “reduksi transedental”.**
3. **Perhatikan kepada hubungan satu sama lain (wesenszusammenhang) antar esensi. Hubungan ini bersifat *a priori* (diberikan) dalam institusi, sehingga terlepas dari kenyataan. Hubungan antar esensi ini dapat bersifat logis maupun non logis (Kuswarno, 2009:15-16)**

Alfred Schutz menempatkan konsep *“intersubjektivitas”* pada jantung teorinya yang menjadi sangat berpengaruh. Pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial apapun.[[7]](#footnote-7) Bagi schutz, tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dalam masyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanya merupakan kamuflase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada disekelilingnya. Tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari – hari, dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran.

Selain itu, fenomenologi juga berguna untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat – sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi fenomenologi yaitu penelitian dengan melihat realitas yang terlihat di sekitar kehidupan manusia. Fenomenologi menganalisa gejala – gejala yang berkaitan dengan realitas sosial dan bentuk – bentuk tertentu dari pengetahuan yang memberikan kontribusi kepada keadaan tersebut.

**Alfred Schutz** dalam **Kuswarno** mengemukakakan inti dari pemikirannya adalah;

**Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari – hari. Di dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku. (Kuswarno, 2009:18)**

Schutz menjelaskan bahwa pengalaman panca indera sebenarnya tidak memiliki arti. Semua ada begitu saja dan yang memiliki makna adalah objeknya. Setiap bagian memiliki perbedaan begitupun dengan individu yang berbeda. Fenomenologi menjadikan pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas.

Di dalam setiap situasi fenomenologis, waktu dan historis yang secara unik menempatkan individu, kita memiliki dan menerapkan persediaan pengetahuan (*stock knowledge*) yang terdiri dari semua fakta, kepercayaan, keinginan, prasangka, dan aturan yang dipelajari berdasarkan pengalaman pribadi dan pengetahuan siap pakai yang tersedia bagi kita di dunia tempat kita dilahirkan. Inti dari pemikiran schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia sehari – hari.

Alfred Schutz memiliki pandangan bahwa manusia adalah makhluk sosial sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari – hari merupakan kesadaran sosial. Manusia yang berperilaku tersebut dikatakan sebagai aktor. Analisis fenomenologis memiliki tugas merekontruksi dunia kehidupan “sebenarnya” ke dalam bentuk yang mereka alami sendiri. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan komunikasi. Bagi Schutz, tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dalam masyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanya merupakan kamuflase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya.[[8]](#footnote-8)

Di dalam konteks penelitian ini, para *fashion blogger* merupakan aktor yang melakukan tindakan dengan memilih *minimalist style* sebagai gaya perwujudan dari komunikasi nonverbal dan bertemu dengan *fashion blogger* lainnya yang memiliki kesamaan dalam ikatan makna *intersubjektif*.

Di lihat dari pemikiran Schutz, terbagi menjadi dua pemaknaan yaitu *in order to motive* dan *because motive*. Makna yang pertama yaitu *in order to motive* berarti motif yang dijadikan pijakan seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil sedangkan makna yang kedua yaitu *because motive* berarti dibalik motif tersebut terdapat sesuatu hal. Para *fashion blogger* pasti memiliki kedua motif tersebut.

Oleh karena itu, studi fenomenologi digunakan untuk mengetahui latar belakang dari fenomena (penampakan) di kalangan *fashion blogger* Bandung yang memilih *minimalist style* menjadi gaya mereka. Studi ini juga membantu melihat *motive* dari tindakan memilih *minimalist style* menjadi gaya keseharian mereka.

* + 1. **Bagan Kerangka Pemikiran**

Untuk membuat penelitian yang sistematis, dibutuhkan kerangka berpikir yang relevan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Kerangka berpikir tersebut disederhanakan dalam bentuk bagan sebagai berikut.

**Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran**

Rumusan Masalah

Fenomena *Minimalist Style* Di Kalangan *Fashion Blogger* Kota Bandung

Studi Fenomenologi Mengenai Latar Belakang Dibalik Pemilihan *Minimalist* *Style* sebagai Identitas Gaya *Fashion* *Blogger* Kota Bandung

Studi Fenomenologi Alfred Schutz

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *in order to motive* :   1. Interaksi 2. Tindakan Sosial |  | *because motive* :   1. Pengalaman 2. Perilaku |

**Sumber : Hasil Modifikasi Peneliti, 2016.**

1. <http://id.wikipedia.org/wiki/mode>, diakses tanggal 19 Maret 2016 [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://www.suara.com/lifestyle/2015/06/03/084757/penampilan-dalam-foto-cermin-kepribadian-seseorang>, diakses tanggal 22 maret 2016 [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.whowhatwear.com/minimalist-style/slide10>, diakses tanggal 22 maret 2016 [↑](#footnote-ref-3)
4. Mulyana, Deddy. 2010, Ilmu Komunikasi suatu pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm. 343 [↑](#footnote-ref-4)
5. Kuswarno, Engkus. 2009, Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Konsepsi, pedoman, dan contoh penelitian, Bandung: Widya Padjadjaran, hlm.1 [↑](#footnote-ref-5)
6. Ardianto, Elvinaro. 2010, Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm.147 [↑](#footnote-ref-6)
7. Mulyana, Deddy. 2003, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm. 62 [↑](#footnote-ref-7)
8. Kuswarno, Engkus. 2009, Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Konsepsi, pedoman, dan contoh penelitian, Bandung: Widya Padjadjaran, hlm.38 [↑](#footnote-ref-8)