**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman membuat masyarakat di seluruh dunia mengenal dengan media internet yang saat ini menjadi pilihan utama untuk mendapatkan berbagai informasi. Survei yang dilakukan sepanjang 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang.[[1]](#footnote-1)Hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu. Survei yang dilakukan APJII pada 2014 hanya ada 88 juta pengguna internet. Salah satu yang menyebabkan peningkatan ini terjadi adalah dengan mudahnya masyarakat khususnya kaum muda mendapatkan *gadget / smartphone* yang digunakan untuk mengakses media sosial.Data survei juga mengungkap bahwa rata-rata pengakses internet di Indonesia menggunakan perangkat genggam. Dari survei yang dipresentasikan oleh APJII itu tercatat bahwa sekitar 86,3 juta orang atau 65 persen dari angkat total pengguna internet tahun ini berada di Pulau Jawa.Statistiknya sebagai berikut:

1. 67,2 juta orang atau 50,7 persen mengakses melalui perangkat genggam dan komputer.
2. 63,1 juta orang atau 47,6 persen mengakses dari *smartphone.*
3. 2,2 juta orang atau 1,7 persen mengakses hanya dari komputer.

Globalisasi pada saat ini menciptakan kondisi perubahan yang cepat, semua jalan perubahan dari revolusi *cyber* hingga liberalisasi perdagangan, homogenisasi barang-barang konsumsi dan jasa di seluruh dunia dan ekspor berorientasi pertumbuhan, semua merupakan komponen dari fenomena globalisasi

Globalisasi, yang dapat menjadi kecenderungan peningkatan keterkaitan mendalam di antara negara-negara, perusahaan dan individu, sebagian besar terjadi karena pembangunan ekonomi di seluruh dunia dan pembukaan pasar domestik untuk perusahaan asing. Selanjutnya, globalisasi ini tampil sebagai *liberalisasi, internasionalisme*, terbuka, tak terbatas, kerjasama internasional dan bebas tarif, sehingga banyak perusahaan multinasional membangun basis strategi mereka pada asumsi bahwa masa depan akan membawa lebih banyak pembukaan pasar nasional, arus modal yang lebih lintas-perbatasan, dan kerjasama yang lebih internasional (Allen & Raynor, 2004). Dalam rangka untuk memenuhi beberapa tantangan yang ditimbulkan oleh persaingan yang ketat, organisasi telah dirampingkan, menghilangkan lapisan, desentralisasi dan tingkat hierarkinya lebih rendah secara alam.Perubahan ini kemudian telah menyebabkan banyak perkembangan dalam praktik sumber daya manusia, sebagai pengusaha harus menyesuaikan dengan tantangan yang ditimbulkan oleh lingkungan ekonomi global yang kompetitif. (Redman et al, 2001).

Globalisasi menyebabkan terjadinya westernisasi.Westernisasi merupakan sebuah fenomena yang memberikan pengaruh yang meluas di berbagai penjuru dunia.Pengaruh yang diberikan begitu besar dan kuat hingga walaupun suatu daerah sudah memiliki kebudayaan yang kuat, budaya barat tetap saja bisa masuk dan mempengaruhi sebagian budaya di berbagai daerah. Perkembangan teknologi komunikasi, informasi, dan transportasi adalah penyebab dari hal tersebut, perkembangan ini memberikan pengaruh yang besar terhadap perubahan perilaku terhadap kehidupan masyarakat, baik di bidang politik, ekonomi, sosial maupun budaya.[[2]](#footnote-2) Nilai - nilai dari barat memiliki kemampuan penetrasi yang sangat kuat melalui media - media seperti dalam film, iklan, tabloid, majalah, dan acara- acara hiburan di televisi, budaya barat dapat masuk dan memberikan pengaruh yang cukup signifikan kepada sebuah kelompok masyarakat.[[3]](#footnote-3)

Didukung dengan keadaan pasar global mengacu pada kombinasi keadaan yang menguntungkan, lokasi, atau waktu yang menawarkan prospek untuk ekspor, investasi, sumber, atau bermitra di pasar luar negeri (Cavusgil, Knight dan Riesenberger, 2008) membuat masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi serta terpengaruh dengan westernisasi.

Pengertian dasar dari bisnis global adalah sebuah kegiatan transaksi yang mengambil berbagai bentuk dan sering saling terkait. Bisnis global mengacu pada perdagangan internasional dan peluang bisnis global meliputi memasarkan produk dan jasa, mendirikan pabrik atau fasilitas produksi lainnya untuk menghasilkan penawaran yang lebih kompeten atau biaya yang efisien, pengadaan bahan baku atau komponen, jasa dengan biaya yang lebih rendah atau kualitas unggul dan memasuki pengaturan kolaboratif dengan mitra asing.

Semakin berkurangnya interaksi sosial secara langsung dengan lingkungan sekitar menyebabkan semakin bertambahnya interaksi sosial di dunia maya atau dunia internet yang membuat pengguna internet semakin bertambah dalam kenaikan yang cukup pesat untuk penduduk Indonesia. Hal ini berarti akan semakin menguatkan seseorang untuk memiliki identitas sendiri khususnya kaum muda, identitas dirinya sebagai bagian dari sebuah komunitas tertentu yang dirasa dekat dan cocok dengan dirinya melalui internet.Selain untuk mencapai kepuasan (satisfaction), mengunduh di media sosial juga dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mereka sebagai manusia sosial, yaitu kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan untuk mencari identitas serta kebutuhan akan pemenuhan diri.

Kemudahan akan akses dalam era globalisasi adalah instrumen yang membantu tersebarnya budaya dari Negara lain, salah satunya adalah gaya berpakaian dari Amerika ke kota Bandung, karena pengguna internet di Amerika yang tercatat pada tahun 2003 saja sudah sekitar 76% nya[[4]](#footnote-4). Kebutuhan kaum muda untuk menjadi masyarakat yang modern dalam era globalisasi ini yang menjadi pendorong untuk selalu mengikuti perkembangan yang terjadi melalui media internet di *gadget* masing - masing, Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan dalam budaya dan nilai - nilai yang dipercaya oleh para kaum muda, khususnya dalam fenomena ini adalah budaya berpakaian dari Amerika.

Pengaruh yang cukup besar dalam gaya berpakaian di era modern adalah *streetwear dan sneakers*, sebuah gaya berpakaian yang dipengaruhi dengan apa yang sedang terjadi saat ini, apa yang sering dilihat sehari - hari di jalan, maka dari itu gaya - gaya berpakaian yang terbentuk adalah gaya yang kasual. Pemilihan gaya seperti ini adalah sebuah alternatif pada abad 20-an mulai ada gaya berpakaian massal yang dibentuk oleh *mall.* Gaya berpakaian ini juga merupakan sebuah gaya dari orang - orang yang tidak mengikuti sebuah aturan tertentu serta selalu berubah - ubah, hal tersebut juga yang membuat gaya berpakaian ini terus berkembang dari waktu ke waktu namun tetap pada *roots* mereka akan gaya berpakaian alternatif yang nyaman digunakan sehari - hari.[[5]](#footnote-5)

Hal ini yang membuat sebagian kaum muda melihat sebuah gaya berpakaian dan memilih *sneakers* dari sudut pandang lain, yaitu ingin terlihat berbeda sehingga membentuk citra untuk dirinya yang unik, sebutan untuk mereka adalah *hipster dan branded* dimana di Amerika sendiri pernah dikatakan "*Take your grandmother's sweater and Bob Dylan's wayfarers, add jean shorts, Converse All-Stars and a can of Pabst and bam - hipster*."[[6]](#footnote-6) Hal tersebut untuk menunjukkan gaya berpakaian yang tidak seperti pada umumnya yang biasanya dikenakan oleh sebagian kecil kaum muda disana. Penggunaan istilah tersebut sudah ada sejak tahun 1990-an namun kembali banyak disebut lagi pada tahun 2010[[7]](#footnote-7), namun sesungguhnya para kaum muda yang menjadi bagian dari subkultur ini tidak memanggil diri mereka dengan panggilan *hipster*, karena panggilan tersebut dianggap sebagai sebuah panggilan yang dibuat media atau marketing[[8]](#footnote-8). Sehingga dapat dikatakan bahwa panggilan *hipster* berasal dari orang lain yang memandang seseorang dengan gaya berpakaian yang *up-to-date* dan berbeda.

Selain membantu mereka dalam kegiatan kegemaran *(fangirling),*internet juga membantu mereka dalam berkomunikasi serta bertukar informasi dengan sesama penggemar *sneakers* lainnya di dunia maya walau belum pernah dilakukan tatap muka di antara keduanya. Penggemar *sneakers* biasanya memiliki forum-forum khusus yang memungkinkan mereka untuk melakukan *sharing*secara beramai-ramai.Forum-forum ini umumnya adalah situs yang dibuat olehpenggemar dan diperuntukkan bagi penggemar juga.Tidak hanya melalui forum, tetapi situs-situs jejaring sosial seperti twitter dan instagram juga memudahkan mereka dalam melakukan kegiatan *fangirling*.

Kaum muda sudah memiliki cara berpikir baru dalam gaya berpakaian, terjadi sebuah universalitas simbol - simbol yang menyatakan sebuah status, bukan lagi sebuah benda yang penting namun apa mereknya, mahasiswa seperti ini biasanya adalah kaum menengah keatas dan ingin dipandang berkelas dengan menggunakan pakaian - pakaian dari barat karena sudah menanggap dirinya sebagai bagian dari manusia modern.[[9]](#footnote-9) Kaum muda mengikuti apa yang disebut dengan gaya berpakaian modern oleh banyak orang, apa yang ditunjukkan oleh *mass media,* hal tersebut berarti gaya berpakaian dari pada selebriti yang membentuk sebuah budaya populer karena diikuti oleh banyak orang. Pada awalnya tren yang biasa disebut dengan *pop culture* ini terus berubah-ubah menyesuaikan dengan waktu dan hal yang sedang diminati oleh masyarakat Amerika hingga akhirnya mempengaruhi dunia, namun dibalik budaya populer ini terbentuk sebuah subkultur dimana ada sebagian kaum muda ingin populer dari sudut pandang lain, mereka menciptakan gaya sendiri bukan hanya untuk masuk ke sebuah lingkungan tetapi agar terlihat. Tidak hanya di Amerika, kaum muda yang ingin berbeda dari masyarakat juga terdapat di Bandung, mereka pada umumnya mengikuti gaya berpakaian dari merek-merk asal Amerika yang tidak begitu populer secara lokal agar terlihat berbeda dan berkelas, karena terbukti bahwa Indonesia memiliki basis konsumsi domestik yang besar dan konsumen kelas menengah yang terus tumbuh secara substansial, hal ini dianggap terjadi karena adanya peningkatan kesejahteraan dan kesadaran akan hadirnya *premium brand[[10]](#footnote-10).*

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul penelitian ‘Pengaruh *Life Style* Amerika melaui media sosial dalam perkembangan gaya berbusana kaum muda di Indonesia’

1. **Indentifikasi Masalah dan Batasan Masalah**

**1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan dan pengaruh *life style* Amerika melaui internet?
2. Bagaimana perkembangan perilaku dan gaya berbusana kaum muda di Indonesia?
3. Bagaimana gaya hidup Amerika mempengaruhi perilaku dan gaya hidup kaum muda di Indonesia*?*

**2. Pembatasan Masalah**

Sebagai pembatas, penulis akan menggunakan Teori Budaya dan Teori Pencitraan. Penelitian akan melihat masalah serta menganalisa bagaimana internet sangat berpengaruh dalam menyebarkan informasi mengenai *sneakers* dari Amerika yang kemudian mempengaruhi gaya berpakaian kaum muda.

1. **Rumusan Masalah**

Sejauh mana pengaruh *Life Style* Amerika melaui internet terhadap perkembangan perilaku dan gaya berbusana kaum muda di Indonesia?

1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian** 
   * + 1. **Tujuan Penelitian**

Dengan melakukan penelitian ini penulis bertujuan untuk menganalisa citra produk *sneakers* dan menunjukan bagaimana media sosial membuat hubungan baru antar aktor yang adalah individu dengan menyebarkan citra produk *sneakers* asal Amerika dan mempengaruhi gaya berpakaian kaum muda di Bandung. Tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pergerakan masuknya *life style* Amerika melalui internet.
2. Untuk mengetahui perkembangan perilaku dan gaya berbusana kaum muda di Indonesia.
3. Untuk mengetahui dampak dari gaya hidup Amerika terhadap perilaku dan gaya berpakaian kaum muda di Indonesia.
   * + 1. **Kegunaan Penelitian**
4. Harapan penulis adalah penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengaruh media internet dalam hal ini media sosial terhadap penyebaran dan perkembangan kebudayaan di Indonesia yang memberikan dampak kepada gaya berpakaian kaum muda di Indonesia.
5. Penelitian ini juga dapat menambah referensi pembahasan dari studi Hubungan Internasional yang terus berkembang, terutama dalam hal para aktor yang pada penelitian ini fokus pada hubungan antar individu dan kemajuan teknologi yang mempermudah akses agar hal tersebut dapat terjadi.
6. **Kerangka Teoritis, Hipotesis, Operasionalisasi Variabel dan Indikator, Skema Kerangka Teoritis**
   1. **Kerangka Teoritis**

Kerangka teoritis ini bertujuan untuk membantu dalam memahami danmenganalisis permasalahan dengan ditopang oleh pendapat para pakar yang berkompeten dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti sebagai sarana dalam membentuk pengertian dan menjadikannya pedoman dalam objek penelitian. Kriteria utama suatu kerangka pemikiran adalah alur-alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berpikir yang membuahkan kesimpulan berupa hipotesis, hal ini berarti bahwa dalam menghadapi permasalahan yang diajukan maka digunakan teori-teori ilmiah sebagai pisau analisis yang membantu dalam pemecahan masalah.

Penelitian ini masuk kedalam kajian Hubungan Internasional, karena Hubungan Internasional itu sendiri adalah kegiatan atau interaksi yang dilakukan individu atau kelompok yang melintasi batas-batas teritorial suatu negara (hubungan antara satu negara dengan negara lain) atau semua interaksi yang melibatkan lebih dari satu negara atau bangsa. Pada dasarnya, hubungan internasional merupakan interaksi antar aktor suatu negara dengan negara lain. Hubungan Internasional menurut **K.J Holsti** adalah: “Sebuah bentuk interaksi dalam berbagai aspek internasional yang melewati batas negara antar anggota masyarakat yang berbeda, baik yang didukung dan bertindak atas nama pemerintah atau tidak”. Konsep lain mengenai Hubungan Internasional yakni pendapat dari **Trigive Mathisen**, yang menyebutkan bahwa Hubungan Internasional merupakan suatu bidang spesialisasi yang meliputi aspek-aspek internasional dari berbagi cabang ilmu pengetahuan, sejarah baru dalam politik internasional dan merupakan sebuah aspek internasional dari kehidupan sosial dalam arti tingkah laku manusia yang terjadi atau berasal dari suatu negara dapat mempengaruhi tingkah laku manusia di negara lain.[[11]](#footnote-11)

Interaksi yang terjadi antara dua aktor dapat menyebabkan ketertarikan masyarakat akan sebuah budaya baru yang dicitrakan dan kemudian disampaikan oleh media, hal ini menyebabkan adanya proses penetrasi nilai kebudayaan karena semua masyarakat pada saat ini sudah terhubung oleh media. Terjadinya penetrasi nilai kebudayaan ini sendiri dikatakan dapat terjadi melalui dua cara yaitu *penetration pacifique* atau penetrasi melalui cara damai dan *penetration violante* atau penetrasi melalui cara kekerasan. Penetrasi nilai melalui cara damai adalah ketika masuknya sebuah nilai tanpa merusak budaya yang sudah ada dan akan menghasilkan asimilasi, akulturasi, atau sintesis. Hal tersebut berarti bercampurnya dua kebudayaan yang membentuk budaya baru baik tanpa menghilangkan unsur asli dari budaya sebelumnya maupun membentuk sebuah budaya asli yang benar - benar baru, biasanya hal ini terjadi melalui jalur perdagangan.Sedangkan penetrasi melalui cara kekerasan adalah ketika masuknya sebuah nilai ke dalam budaya yang sudah ada menimbulkan guncangan terhadap keseimbangan yang ada pada budaya tersebut, biasanya terjadi melalui penjajahan.[[12]](#footnote-12) Penulis sendiri yakin bahwa nilai - nilai dari Amerika yang mengubah kaum muda melalui internet adalah nilai - nilai yang masuk melalui cara damai, karena tidak terdapat paksaan di dalamnya, seseorang melihat internet dan mengikuti sebuah gaya berpakaian bukan karena paksaan namun perasaan ingin membentuk citra diri terhadap gaya tersebut maka penulis akan fokus pada *penetration pacifique*. Penetrasi secara damai nilai kebudayaan yang terjadi yang secara tidak langsung dilakukan oleh produsen membentuk citra bahwa gaya berpakaian dari Amerika adalah gaya berpakaian yang modern, karena sebagian kaum muda ingin menjadi makhluk modern, maka cenderung mengimitasi budaya berpakaian dari Amerika tersebut, sehingga terjadi akulturasi. Karena untuk menjadi modern tersebut, berarti ada unsur - unsur kebudayaan asing yang masuk ke dalam budaya lokal, hal tersebut melalui kontak secara terus menerus yang biasanya melalui perdagangan pada akhirnya diterima dan diolah kedalam kebudayaan lokal sehingga mengurangi kepribadian dari peninggalan budaya yang sudah ada.[[13]](#footnote-13) Dikatakan juga bahwa akulturasi adalah sebuah proses yang terjadi pada tingkat individual yang dalam hal ini adalah kaum muda, melakukan proses adaptasi terhadap kondisi modern sehingga terjadi akulturasi budaya[[14]](#footnote-14).

Kajian Hubungan Internasional ini juga dapat di lihat fenomena ini menganut faham syang berkembang setelah era modern dengan modernisme-nya. Postmodernisme bukanlah faham tunggal sebuat teori, namun justru menghargai teori-teori yang bertebaran dan sulit dicari titik temu yang tunggal.Sebut saja postmodernisme adalah koreksi beberapa aspek dari modernism.Postmodernisme dibedakan dengan postmodernitas, jika postmodernisme lebih menunjuk pada konsep berpikir. Sedangkan postmodernitas lebih menunjuk pada situasi dan tata sosial sosial produk teknologi informasi, globalisasi, fragmentasi gaya hidup, konsumerisme yang berlebihan, deregulasi pasar uang dan sarana publik, usangnya negara dan bangsa serta penggalian kembali inspirasi-inspirasi tradisi.

Kemuncuan media sosial kemudian menjadi salah satu faktor penyebaran informasi yang tidak lagi melihat batasan batasan aspek apapun. Intensitas menggunakan teknologi dan melihat informasi adalah cukup tinggi pada kaum muda kelas menengah keatas karena teknologi yang digunakannya sudah canggih sehingga semakin mudah dan cepat informasi yang dia dapat dan hal tersebut berarti mereka akan lebih cepat dan mudah terpengaruh oleh media tersebut yang berarti akan dilihat nantinya bagaimana hal tersebut menyebabkan perubahan perilaku dari kaum muda tersebut karena terus menerus melihat media massa yaitu internet tersebut. Kemudian melihat bahwa internet juga dapat dikatakan sudah menjadi lingkungannya yang secara tidak langsung, mendekatkan sesuatu yang jauh secara fisik namun dekat secara psikologi, kaum muda dari Indonesia melakukan pengadopsian gaya berpakaian dalam hal ini dari Amerika yang selalu dilihat di internet karena tidak ingin sama dengan lingkungan sekitarnya yang nyata, karena mereka ingin terlihat unik dan berbeda.Kemudian mereka menjadikan media sosial pribadi sebagai bentuk apresiasi dan *branding* diri mereka sebagai kaum muda

Kaum muda termasuk aktif dalam melakukan kegiatan komunikasi, mereka melakukan hal tersebut untuk mewujudkan suatu kesamaan pemahaman dalam sesuatu, dan penulis akan mencoba membahas mengenai kesamaan pemahaman yang dibangun kaum muda dalam hal gaya berpakaian[[15]](#footnote-15). Bagaimana pencitraan tersebut bisa masuk ke dalam pemikiran seorang individu dapat dijelaskan oleh Teori Pencitraan dari komunikasi internasional.Pencitraan sendiri dikatakan memiliki dua elemen dasar yaitu *Positioning,* yaitu penempatan yang dilakukan oleh produsen untuk konsumen, sebuah hubungan yang dibuat oleh perusahaan antara produk yang dihasilkan dengan segmen khusus di pasar[[16]](#footnote-16) atau menurut Ries & Trout adalah bagaimana penempatan produk dalam pikiran konsumen[[17]](#footnote-17). Elemen kedua adalah *Memory* bagaimana kesan terhadap sebuah produk diterima dalam pikiran penerima pesan yaitu konsumen karena dikatakan bahwa manusia pada hakekatnya adalah sulit untuk mengalokasikan sumber daya kognitifnya sehingga secara tidak sadar akan menyeleksi informasi yang ingin disimpan dalam memori, hanya hal - hal yang dinilai penting yang akan disimpan sedangkan yang tidak penting akan dilupakan, hal ini disebut dengan *oversimplified mind* dimana pikiran hanya menyerap pesan - pesan yang dianggap sederhana dan tidak terlalu rumit.[[18]](#footnote-18) Dua elemen ini lah yang pada akhirnya mempengaruhi bagaimana kaum muda sebagai konsumen menerima gaya berpakaian yang dianggap memiliki citra menarik untuk dirinya sehingga pada akhirnya mereka mencoba untuk membentuk kembali citra tersebut melalui gaya berpakaian mereka. Frank Jefkins dalam buku Public Relations, definisi citra dalam konteks hubunganmasyarakat,citra diartikan sebagai "kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusaahaan.”

Dari fenomena tersebut dapat dilihat sebagai sebuah diplomasi yang Kata diplomasi sendiri biasanya langsung terkait dengan diplomasi internasional yang biasanya mengurus berbagai hal seperti budaya, ekonomi, dan perdagangan.Lebih jauh dapat dilihat sebagai sebuah diplomasi publik yang berarti dipahami sebagai suatu upaya untuk mempengaruhi publik internasional (negara lain) demi tercapainya kepentingan nasional suatu negara.Upaya ini biasanya dilakukan dengan membentuk sebuah jaringan komunikasi sebagai wadah promosi kebijakan luar negeri.Dalam hal ini masuk nya kebudayaan luar yang memberikan pengaruh terhadap kebudayaan asli Indonesia.

Dari aktifitas tersebut kemudian muncul diplomasi budaya yang berarti adanya proses pertukaran ide, informasi, seni dan aspek kebudayaan lain nya antara satu Negara dengan Negara lainnya maupun antar masyarakatnya dengan tujuan memelihara sikap saling pengertian ( *mutual understanding* ). Diplomasi budaya membentuk komponen penting dari diplomasi publik dan dapat menjadi salah satu alat yang efektif untuk menyebarkan suatu kebudayaan yang baru.Budaya itu sendiri memiliki aspek yang luas seperti : seni, adat istiadat, tradisi, kehidupan masyarakat dan hubungan sosial. Jadi setiap interaksi maupun pertukaran yang terjadi antara dua Negara yang berbeda dan menyinggung aspek tersebut kemudian dapat dikatakan sebagai diplomasi budaya.

Diplomasi budaya dilakukan Negara sebagai jalan untuk mempengaruhi hati dan pikiran masyarakat di dunia tanpa memandang batas sosial, agama, maupun politik.Diplomasi budaya dapat memberikan pemahaman alternative di antara masyarakat mengenai suatu masalah yang selama ini sulit di pecahkan. Karena budaya itu sendiri berarti suatu cara hidup yang berkembang, dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni.

Namun kaum muda tidak begitu saja melakukan akulturasi budaya dalam dirinya ataupun perubahan gaya berpakaian hanya karena melihat sebuah informasi di internet, ada dorongan dalam dirinya yang menyebabkan hal - hal tersebut pada akhirnya bisa mempengaruhi, hal ini akan penulis coba jelaskan menggunakan Teori Kurt Lewin (1970) yang berpendapat bahwa manusia dengan perilaku normalnya berarti memiliki keseimbangan antara kekuatan pendorong (*driving force*) dan kekuatan penahan (*restraining force)*, maka perilaku seorang individu dapat berubah jika adanya ketidakseimbangan dalam hal tersebut. Seperti *driving force* yang meningkat akan menyebabkan perilaku baru, kemudian jika *restraining force* menurun akan menyebabkan adanya perilaku lain, dan jika terjadi bersamaan dimana *driving force* meningkat serta *restraining* force menurun maka akan terbentuk sebuah perilaku baru yang lain dari dua perilaku yang sebelumnya.[[19]](#footnote-19) Sebagai contoh dari hal yang akan penulis bahas, kekuatan atau faktor pendorongnya adalah keinginan kaum muda untuk berubah dalam hal berpakaian karena melihat lingkungannya atau *role model-*nya serta pengaruh dari media, kemudian faktor penahan yang akan membuat sebagian kaum muda lain tidak mengikuti gaya berpakaian yang dia suka adalah baik pola massal dari masyarakat sekitar yang dianggap belum bisa melihat sesuatu yang berbeda membuat dia akan banyak ditatap oleh masyarakat dan dia tidak suka akan perlakuan seperti itu maupun sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mengikuti sebuah gaya berpakaian tertentu, sehingga dia akan menahan tidak mengikuti hal tersebut karena secara ekonomi belum bisa memenuhi keinginannya untuk berubah.

Dengan masuknya budaya luar dan mempengaruhi budaya lokal maka teori *Cross Cultural Relationhip* menjadi salah satu landasan terbentuknya fenomena ini. *Cross Cultural Relationhip* sendiri berasal dari tiga kata yaitu *cross* yang berarti lintas, *cultural* yang berarti budaya, dan *communication* yang berarti komunikasi. Jadi cross-cultural communication adalah komunikasi lintas budaya. Dan *Global Pop Culture* menjadi pendukung dengan keseluruhan [sikap](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Attitude_(psychology)&usg=ALkJrhjDKTdEAdjewg-opgHso5ZZwHxoEA) , [ide-ide](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Idea&usg=ALkJrhjaWx5sCX1nsCISizbp0aqKxW0N4Q) , [gambar](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Image&usg=ALkJrhguB77foz5utMfmJCoRC2j1q0NusA) , [perspektif](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Point_of_view_(philosophy)&usg=ALkJrhiezyxsRAgDXOtoSHMB-dlovTTRmQ) , dan lainnya [fenomena](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Phenomenon&usg=ALkJrhih-xN9-2NvsPYNZppWStWbXHJmYg) yang berada dalam [arus utama](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Mainstream&usg=ALkJrhjoO3MVaX584MaH8npEcecfUHjqXA) dari yang diberikan [budaya](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_anthropology&usg=ALkJrhhTxxhd7rZllI3ZihK2F6QAKUjYBw) , terutama [budaya Barat](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Western_culture&usg=ALkJrhijKUzIh4T0VSpIgmlJTJGGNtZ1Ag) dari awal hingga pertengahan abad 20 dan muncul [global yang](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Globalization&usg=ALkJrhgazJqaeHc2C2eWVCBPk5JoIkugJg) utama dari ke-20 akhir dan awal abad ke-21 yang sangat dipengaruhi oleh [internet](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media&usg=ALkJrhhp8NzgnKEBy5gjdKeoNVhy5e0ThA) , koleksi ini ide meresapi [kehidupan sehari-hari](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Everyday_life&usg=ALkJrhixL3noPbtmmgyEOpil6z_fG4OMhQ) dari [masyarakat](https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=id&prev=search&rurl=translate.google.co.id&sl=en&sp=nmt4&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Society&usg=ALkJrhhhfv2NujmRJ1AnlwFpDRw5RNGWZg) . Kategori budaya pop yang paling umum adalah: hiburan (film, musik, televisi, game), olahraga, berita (seperti dalam orang / tempat di berita), politik, fashion / pakaian, teknologi, dan gaul

Yang termasuk dalam Komunikasi lintas Budaya adalah komunikasi lintas etnik dalam budaya (nasional) yang sama, juga komunikasi yang melibatkan proses-proses memepengaruhi, pengaruh sosial, pengaruh issue gender dan presepsi dari sudut prespektif budaya. Komunikasi lintas budaya didefinisikan sebagai analisis perbandingan dengan mengutamankan hubungan didalam kegiatan kebudayaan. Hubungan antara komunikasi lintas budaya dengan komunikasi multicultural yaitu terfokus pada hubungan antarbangsa tanpa membentuk kultur baru. Dan komunikasi lintas budaya menilai dan mempelajari unsur-unsur budaya.

Berbicara tentang budaya tentu tidak dapat lepas dari gaya hidup atau *lifestyle* yang artinya adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Padasaat ini *lifestyle* Amerika menjadi salah satu panutan di kalangan kaum muda Indonesia. Adapun *lifestyle* Amerika yang paling terlihat adalah Orang Amerika mungkin menyapa orang asing di jalan dengan mengatakan "Halo" atau "Selamat pagi", meski mungkin lewat tanpa sapaan. Di antara orang muda, ucapan lisan atau berbagai gerakan menepuk tangan, seperti "lima besar", biasa terjadi. Kecuali dalam situasi formal, orang biasanya saling menasehati dengan nama depan mereka begitu mereka berkenalan, dan sering melakukannya pada pertemuan pertama. Menggabungkan sebuah judul (seperti "Mrs", "Dr.", atau "Ms.") dengan nama keluarga menunjukkan rasa hormat. Saat menyapa seseorang untuk pertama kalinya, orang Amerika sering berkata, "Senang bertemu dengan Anda" atau "Bagaimana keadaanmu?". Sederhana "Halo" atau "Hai" juga umum. Ada variasi regional seperti "Aloha" di Hawaii atau "Howdy" di beberapa bagian Barat. Teman sering saling menyapa dengan "Bagaimana kabarmu?" Dan menanggapi "Baik, terima kasih". Orang Amerika biasanya tidak mengharapkan jawaban lebih jauh atas pertanyaan tersebut kecuali jika ada hubungan dekat.

Hal ini tentu menjadi kajian yang esensial dalam mempelajari disiplin Ilmu Hubungan Internasional karena seiring perkembangan jaman, konteks hubungan internasional semakin beragam dan berinovasi. Aspek-aspek yang ada di dalamnya tidak lagi melulu mengenai isu politik dan keamanan saja, tetapi meluas mencakup isu-isu low politics salah satunya adalah kebudayaan. Budaya atau Kultur adalah karakteristik kelompok masyarakat yang kemudian terbagi menjadi bahasa, agama, nilai-nilai adat istiadat, perilaku, keyakinan, dan kesenian

Karena ilmu Hubungan Internasional sudah tidak lagi dibatasi oleh hubungan antar negara saja, namun sekarang sudah berkembang dengan munculnya hubungan antar individu maupun kelompok - kelompok tertentu, negara sudah tidak lagi menjadi aktor utama, dan hal tersebut yang membawa penulis untuk meneliti fenomena ini dimana media internet digunakan oleh produk - produk *sneakers* asal Amerika sebagai sebuah pencitraan untuk kemudian mempengaruhi gaya berpakaian kaum muda.

* 1. **Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap suatu masalah yang akan kita teliti dimana merupakan penjelasan yang bersifat sementara yang perlu diteliti lagi kebenarannya secara empiris. Berdasarkan hal tersbeut, peneliti mebuat hipotesis: **“*Life style* Amerika berkembang melalui internet dan mempengaruhi perilaku serta gaya berbusana kaum muda di Indonesia di tandai dengan semakin banyaknya kaum muda yang bergaya kebarat-baratan”.**

* 1. **Operasionalisasi Variabel dan Indikator**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel dalam Hipotesis (teoritik) | Indikator (empirik) | Verifikasi (analisis) |
| Variabel bebas *Lifestyle* (Amerika) melalui internet | 1. Semakin mudah diaksesnya internet 2. Media sosial di jadikan wadah masuk dan proses berkembangnya produk *sneakers.* | 1. Telah terpasang 5.000 wifi di kota Bandung.  Terdapat akun instagram dan media online *YouTube* yang menjadi tempat penyebaran produk *sneakers.* |
| Variabel Terikat  Budaya dan Gaya berbusana kaum muda di Indonesia dengan menggunakan produk *sneakers* | 1. Masuknya budaya barat *sneakers* di Indonesia. 2. Pengaruh citra produk *sneakers.* 3. Banyaknya kaum muda yang menggunakan *sneakers* | 1. Berdirinya *Indosnekaersteam* sejak 2011 2. Kaum muda bangga menggunakan *sneakers* 3. Gaya berbusana kaum muda menggunakan *sneakers* |

* 1. **Skema Kerangka Teoritis**

Berikut adalah skema kerangka teoritis dari penelitian ini :

1. **Tingkat Analisis, Metode Penelitian dan Teknik pengumpulan Data** 
   1. **Tingkat Analisis**

Untuk mendeskripsikan, menjelaskan dan menafsirkan perilaku dalam hubungan internasional secara meyakinkan, maka harus melakukan analisa.Analisa dapat juga diartikan sebagai kemampuan memecahkan atau menguraikan suatu materi atau informasi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dipahami. Dalam studi hubungan internasional perlu mengidentifikasi tingkat eksplanasi untuk memperjelas proses pembentukan teori. Adapun tingkat analisa yang penulis gunakan, yaitu analisa korelasionis dimana unit eksplanasi dan unit analisisnya pada tingkatan yang sama, dimana media sosial menjadi wadah atau sarana yang paling efektif untuk menyebarkan citra produk *sneakers* Amerika kepana kaum muda di Bandung.

* 1. **Metode penelitian**

Metode yang akan penulis gunakan dalam membahas fenomena dan menjawabpertanyaan riset adalah metode kualitatif yang diharapkan dapat mempelajari fenomena melalui tulisan para ahli serta teori yang ada untuk kemudian menganalisa fenomena sehingga terjadi proses pemahaman, karena penulis lebih mengutamakan proses yang terjadi, hingga akhirnya fenomena yang dibahas dapat dipahami baik melalui kata - kata atau gambar[[20]](#footnote-20).

Kemudian hal tersebut akan disajikan secara deskriptif agar penulis bisa menyampaikan analisa melalui tulisan yang kemudian dapat digunakan sebagai studi akan pembahasan fenomena yang sama atau mendekati. Pembahasan fenomena akan dibuat semakin jelas melalui penelitian objek, kondisi, sistem pemikiran, serta dihubungkan dengan peristiwa yang terjadi saat ini[[21]](#footnote-21).

Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan / lebih, hubungan antarvariabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain.masalah yang diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif mengacu pada studi kuantitatif, studi komparatif, serta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional 1 unsur bersama unsur lainnya.

* 1. **Teknik Pengumpulan Data**

Penulis akan melakukan pengumpulan data dari media serta dokumen maupun literatur yang membahas hal - hal yang sangat berhubungan dengan fenomena sebagai dasar untuk kemudian menganalisa data yang akan diperoleh melalui wawancara yang akan penulis lakukan secara verbal terhadap objek penelitian agar mendapat jawaban yang konkrit melalui pertanyaan - pertanyaan yang akan dirancang agar dapat mencapai hal tersebut.

1. **Lokasi dan Lama Penelitian** 
   1. **Lokasi penelitian**

Adapun lokasi yang di gunakan untuk melakukan penelitian ini adalah:

1. Perpustakaan Fakultas Ilmu Soial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung, Jl. Lengkong Besar No.68 Bandung, Jawa Barat 40261
2. CIRSAL Universitas Padjajaran, Jalan Dipati Ukur No. 46, Lebak Gede, Coblong, Lebakgede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132, Indonesia
3. Kantor Perpustakaan dan Arsip Kota Bandung, alan Caringin No.103, Babakan Ciparay, Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40223, Indonesia
   1. **Lama Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhtung pada bulan Februari 2017sampai dengan bulan Mei 2017 dimulai dari persiapan judul proposal penelitian dan pengolahan data.

1. **Sistematika Penulisan**

Secara umum, penulisan penelitian ini terbagi dalam lima bab. Pembahasan yang terkandung dalam bab satu dengan bab-bab lainnya saling berhubungan erat satu sama lain. Sehingga pada akhirnya membentuk satu karya tulis yang runtut dan sistematis. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini memuat tentang pendahuluan, dimana sub-subnya terdiri dari latarbelakang masalah, identifikasi masalah yang berupa pembatasan masalah dan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis dan hipotesis, operasional variabel dan indikator, skema kerangka teoritis, tingkat analisis, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, lokasi dan jadwal kegiatan penilitian serta diakhiri dengan sistematika penulisan

**Bab II Tinjauan Umum Tentang *Life Style* Amerika**

Membahas mengenai sejarah singkat gaya hidup Amerikasebagai variabel independen yang terus berkembang sehingga memberikan pengaruh yang cukup besar dalam menghilangkan batas-batas antar negara yang kemudian mempengaruhi berbagai bidang khususnya dalam penelitian ini mempengaruhi bidang mode di Indonesia terutama Kota Bandung.

Pada bab ini akan dibahas juga mengenai berbagai jenis media sosial yang kini hadir dan banyak digunakan oleh masyarakat baik kalangan remaja hingga dewasa sehingga pengguna dapat berkomunikasi secara luas dengan siapapun dalam dunia maya seperti blog, facebook, instagram, path dan lain sebagainya.

**Bab III Tinjauan Umum Tentang Gaya Berbusana Di Indonesia**

Pada bab ini akan disampaikan uraian atau informasi umum mengenai masalah yang menjadi variabel terikat, yaitu konsep yang hendak dijelaskan peristiwanya dan terjadi akibat dari variabel lain.

Pembahasan yang akan disampaikan adalah terkait budaya yang ada di Indonesia serta perkembangannya yang sangat signifikan. Pada awalnya, Indonesia sangat banyak mempunyai peninggalan budaya dari nenek moyang terdahulu dan sangat dibanggakan tetapi sekarang ini budaya Indonesia banyak terpengaruh dengan budaya asing sehingga merubah pola kehidupan. Pada penelitian ini secara jelas akan diuraikan tentang budaya Amerika yang memberikan pengaruh pada kehidupan kaum muda dalam gaya berpakaian dan penggunaan produk *sneakers,*sehingga pada akhirnya melewati batas-batas negara yang berpengaruh bukan hanya di Amerika saja namun di seluruh dunia termasuk Kota Bandung.

**Bab IV Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan *Life Style* Anak Muda Di Indonesia**

Bab ini akan membahas mengenai pengaruh penggunaan media sosial terhadap perkembangan budaya di Indonesia. Penggunaan media sosial memberikan pengaruh positif apabila digunakan untuk kepentingan yang positif juga, dengan media sosial setiap orang akan denganmudah mendapatakan pertemanan baru bahkan bagi para pengusaha dapat memperluas relasi bisnis mereka.

**Bab V Kesimpulan**

Bab ini merupakan sebuah kesimpulan yang merupakan bab bagian akhir dari laporan penelitian ini sekaligus sikap akhir dari penulis mengenai permasalahan yang di dalamnya. Selain kesimpulan mengenaim hasil penelitian, penulis menyampaikan pula hasil pemikiran yang berupa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya kelak.akan dibuat kesimpulan dari analisa yang telah dilakukan dari bagaimana variabel independen dalam Bab II mempengaruhi variabel dependen dalam Bab III, kemudian dibuktikan serta dijelaskan dalam Bab IV.

1. tekno.kompas.com/read/2016/10/24/ [↑](#footnote-ref-1)
2. Wartawarga. 2011. "Dampak Globalisasi Dalam Kehidupan Modern". Universitas Gunadarma. http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2011/06/dampak-globalisasi-dalam-kehidupan-modern/ Diakses pada 6 Desember 2012 [↑](#footnote-ref-2)
3. Abdul Muis. 2001. *Indonesia di Era Dunia Maya: Teknologi Informasi dalam Dunia Tanpa Batas.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. [↑](#footnote-ref-3)
4. Sonia Livingstone. 2005. *Critical Debates in Internet Studies : Reflections of an Emerging Field 4th Edition.* halaman 9. New York: Hodder Arnold. [↑](#footnote-ref-4)
5. M.C. Huguelet. 2014. "What is Streetwear Clothing?".wiseGEEK. http://www.wisegeek.com/what-is-streetwear-clothing.htm .Diakses pada 25 Februari 2014. [↑](#footnote-ref-5)
6. Dan Fletcher. 2009. "Hipsters". Time.com. [↑](#footnote-ref-6)
7. Brigid Delaney. 2010."Hipsters in firing line in 2010's culture war". Sydney Morning Herald. [↑](#footnote-ref-7)
8. Zeynep Arsel & Craig J. Thompson. 2010. "Demythologizing Consumption Practices: How Consumers Protect their Field-Dependent Identity Investments From Devaluing Marketplace Myths". Journal of Consumer Research. [↑](#footnote-ref-8)
9. A.B. Susanto.2004,*Power Branding*  Op. cit. halaman 10. [↑](#footnote-ref-9)
10. Otosia.com. 2014. "Makin Diminati, BMW Indonesia Siapkan MINI Baru". Otosia.Diakses 24 Januari 2014. [↑](#footnote-ref-10)
11. Suwardi Wiriaatmadja, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*,(Surabaya: Pustaka Tinta Mas, 1994), hlm 36. [↑](#footnote-ref-11)
12. Koentjaraningrat. 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta. [↑](#footnote-ref-12)
13. Ibid. [↑](#footnote-ref-13)
14. Hari Purwanto. 2000. *Kebudayaan dan Lingkungan Dalam Perspektif Antropologi*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar. [↑](#footnote-ref-14)
15. Apriadi Tamburaka. 2012. *Agenda Setting Media Massa.* halaman 7. Jakarta: Rajawali Pers. [↑](#footnote-ref-15)
16. Bruce Newman. 1999. *The Handbook of Political Marketing I (ed)*. halaman 45. Penerbit: Sage. [↑](#footnote-ref-16)
17. Harsono Suwardi, Sasa Djuarsa Sendjaja, and Setio Budi H. H. 2002. Politik, Demorasi dan Manajemen Komunikasi.halaman 3. Yogyakarta: Galang Press. [↑](#footnote-ref-17)
18. Kamaruddin Hasan. 2010. "Komunikasi Politik dan Pecitraan". http://kamaruddin-blog.blogspot.com/2010/10/komunikasi-politik-dan-pecitraan.html .Diakses pada 7 April 2014. [↑](#footnote-ref-18)
19. S. Notoatmodjo. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*.Jakarta : Rineka Cipta. [↑](#footnote-ref-19)
20. John W. Creswell. 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches.* halaman 145. United Kingdom: Sage Publications. [↑](#footnote-ref-20)
21. M. Natzir. 1988. *Metode Penelitian*. halaman 63. Jakarta: Ghalia Indonesia. [↑](#footnote-ref-21)