

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fashion memang sudah menjadi bagian penting bagi penampilan keseharian setiap orang. Lebih lanjut, sebagai kajian budaya dan komunikasi, *fashion* sesungguhnya berucap banyak hal tentang identitas pemakainya. Orang sering membuat kesimpulan tentang siapa dia sebagian juga lewat apa yang dia pakai. Apakah kesimpulan tersebut akurat atau tidak, takayal ia akan mempengaruhi pemikiran orang terhadap pemakainya. Demikian pula sebagai bentuk komunikasi, *fashion* menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non-verbal.

Fashion Indonesia tidak lagi selalu diartikan sebagai suatu konstruksi kebudayaan asli Indonesia seperti dahulu. Kebaya, batik, dan pakaian adat lainnya kini hanya digunakan disaat atau momen tertentu saja. *Fashion* Indonesia terutama di kota-kota besar dengan masyarakatnya yang urban sekarang memiliki pengertian yang berbeda, bahkan tidak jarang masyarakat urban menganggap bahwa *fashion* adalah cara seseorang mempresentasikan dirinya di hadapan khalayak. Hal inilah yang mengakibatkan *fashion* Indonesia terutama di kota-kota besar terlihat lebih berwarna, unik, dan berani.

Sudah sejak lama, fungsi *fashion* tidak hanya sebagai pelindung atau penutup tubuh demi kesopanan seseorang, tetapi sebagai suatu cara berkomunikasi. Hal ini persis seperti yang diungkapkan oleh Umberto Eco (1973) "*I speak through my clothes*". Komunikasi menggunakan *fashion* dan pakaian sebagai penyampai pesan

inilah yang dapat disebut sebagai komunikasi non-verbal, dimana tidak menggunakan bahasa ucapan sebagai cara penyampai pesannya. Seiring dengan berjalannya waktu, *fashion* yang sekarang ini dianggap sebagai *trend* yang berubah secara konstan dan lebih merupakan kesenangan ternyata memiliki makna yang lebih dalam dan pengaruh yang lebih besar di dalam kehidupan seorang manusia. *Fashion* telah menjadi bagian dari kesadaran diri setiap orang dan bukan lagi hanya mengenai tampilan luar. *Style* seseorang tergantung oleh siapa yang menggunakan, oleh karenanya *fashion* menjadi bagian dari refleksi seseorang yang membawa kita kepada kesimpulan bahwa *fashion* telah menjadi salah satu cara bagi seseorang untuk mempresentasikan dirinya sendiri di tengah khalayak luas.

Seiring dengan perkembangan terkait fungsinya, *fashion* ataupun gaya berbusana juga mengalami berbagai perkembangan, perubahan *fashion* ataupun gaya berbusana ini tentu saja dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti kebudayaan hingga tren yang kian berkembang dari waktu ke waktu. Meskipun didominasi oleh berbagai aspek di dalam perkembangannya, tren dinilai menjadi salah satu aspek yang paling dominan dalam mempengaruhi laju perkembangan *fashion* maupun gaya berbusana di berbagai belahan dunia. Tren yang kian berkembang di tengah masyarakat diberbagai belahan dunia ini, disinyalir akan terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh sebuah proses akulturasi dari berbagai aspek kehidupan manusia, terutama sosial dan budaya yang terus berubah seiring dengan dinamika kehidupan manusia di berbagai belahan dunia. Kemajemukan tren pada kategori *fashion* yang berkembang dari waktu ke waktu dapat menciptakan sebuah gambaran hingga kepada tolak ukur tentang

kondisi, gaya hidup dan kemajuan masyarakat di berbagai belahan dunia dalam kurun waktu tertentu.

Di dalam perkembangannya dari waktu ke waktu, setiap tren, khususnya pada kategori fashion tentunya memiliki suatu ciri khas yang majemuk dari waktu ke waktu. Belakangan ini tren *fashion* dengan gaya khas *fashion* jalanan atau yang lebih dikenal dengan istilah *streetwear*, diyakini sebagai salah satu tren mode yang kian menjamur di berbagai belahan dunia, tak terkecuali Indonesia. *Fashion streetwear* merupakan sebuah mode ataupun gaya berpakaian khas *fashion* jalanan yang menganut berbagai makna, pesan hingga ideologi yang erat kaitannya dengan berbagai skena maupun budaya jalanan di dalamnya. Serupa dengan berbagai trend pada kategori fashion kebanyakan, *fashion streetwear* pada umumnya hadir dan berkembang di berbagai lini kehidupan masyarakat perkotaan (urban) di berbagai belahan dunia, tak terkecuali Indonesia. *Fashion streetwear*, pada awalnya dikenal semenjak Shawn Stussy dan *brand* yang dinaunginya, yaitu Stussy mulai dirintis pada awal tahun 1980 di Orange County, California, Amerika Serikat (Hundreds, 2011). Di Indonesia, tren pada kategori *fashion* ini mulai dikenal dikalangan pecinta musik hip-hop dan *skateboard* awal tahun 2010.

Pilihan jatuh pada komunitas *skateboard* yang dirasa telah berkembang menjadi komunitas yang cukup penting karena banyaknya anak muda yang tertarik dan menjadikan *skateboard* sebagai olahraga populer yang semua hal didalamnya bisa menjadi *trendsetter* di kalangan remaja. Olahraga ekstrim adalah olahraga yang cukup menantang serta berbahaya dan membutuhkan nyali yang cukup berani, untuk olahraga ekstrim ini kebanyakan diminati oleh kalangan anak muda.

Skateboard pun termasuk dalam kategori olahraga ekstrem, karena itulah diminati oleh kalangan anak muda yang berjiwa bebas dan menyukai tantangan. Karena dengan bermain *skateboard* mereka bisa menyalurkan ekspresi dan gaya hidup, serta menjadi kebebasan dan kreatifitas mereka menjadi kepuasan tersendiri. Menurut Roni (2008.H.23-24) *Skateboard* mempunyai arti papan pendek atau papan luncur yang mempunyai satu set roda empat dibawahnya, dikendarai dalam posisi berdiri atau merunduk dan sering dipergunakan untuk menunjukkan suatu aksi. *Skateboard* mendefinisikan *skateboarder* sebagai bentuk ekspresi dan gaya hidup yang mendalam, tempat kebebasan dan kreatifitas jadi kepuasan tersendiri buat dijalani dalam kehidupan sehari-hari dan dalam cara berpakaian pun sudah menjadi gaya hidup *skateboard* di Indonesia mulai terkenal sekitar tahun 70-an dan 80-an. Era kedua perkembangan *skateboard* dimulai pada tahun 1985 dengan komunitas *skateboard* berskala kecil asal Jakarta dan Bandung. Meski akhirnya semua komunitas itu hilang satu persatu diakhir 90-an, disusul hilangnya tren *skateboard*. Namun bukan berarti tidak ada, permainan *Skateboard* bertahan dalam komunitas kecil dan terpisah.

Kebangkitan *Skateboard* di Indonesia masuk era ketiga pada tahun 1993 dan jadi dikenal besar pada tahun 1996. Berbagai kompetisi *Skateboard* bermunculan untuk mewadahi kegiatan ini. *Skateboarding* (papan luncur) sekali lagi menjadi trend anak muda. Jakarta dan Bandung menjadi poros kebangkitan skate saat itu pun masih dalam skala kecil yang terpencar. Paling tidak ada dua kekuatan komunitas saat itu, Senayan *Skateboard* (Jakarta) dan Taman Lalu Lintas (Bandung). Kedua komunitas ini memberi andil banyak dalam perkembangan *skate*

di Indonesia. Sampai akhirnya terbentuklah *organisasi Indonesian Skateboarding Association (ISA)* pada 1998, yang membawa *skateboard* Indonesia berkembang lebih maju. Kompetisi rutin yang diadakan *Indonesian Skateboarding Association (ISA)* empat tahun sekali untuk mengasah *skateboarder* berpotensi buat menunjukkan bakat mereka di *event-event* Internasional, seperti X-Games atau kompetisi serupa di kawasan Asia Tenggara. *Skateshop* (toko skate) ini jadi pilihan *skateboarder* lokal karena menyediakan barang-barang yang mereka perlukan dalam bermain *skate*. Bisa dibilang inilah bentuk saling *support* yang idiomnya bisa mereka teriakkan lantang “*Support Your Local Skateboard.*”

Didalam komunitas *skateboard*, *skateboard* telah menjadi gaya hidup tersendiri yang membentuk perilaku berkelompok dan mengikuti arus perkembangan zaman modern ini. Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya. Karena sebagian orang yang menyukai *skateboard* menganggap *skateboard* merupakan perpaduan olahraga dan seni, sehingga di dalam *skateboard* dapat dijadikan sebagai ajang penyaluran hobi dan kreativitas serta tempat mengekspresikan diri. Komunitas *skateboard* adalah salah satu komunitas yang berkembang dan menjadi salah satu bagian dari masyarakat. Masa kini makna *skateboarding* sudah bertambah bukan hanya sebagai permainan belaka tetapi juga sudah menjadi gaya hidup para anak-anak muda di kota-kota besar maupun daerah. *Skateboard* sangat berkaitan erat dengan *fashion*, sikap, dan gaya hidup, sehingga apabila seseorang mencoba permainan *skateboard* maka

bagaimana cara orang tersebut berpakaian, kebiasaan kehidupan sehari-hari dan perilakunya juga akan ikut berubah.

Fashion streetwear sebagai salah satu trend fashion terkemuka yang kian digandrungi oleh mayoritas masyarakat urban, khususnya remaja dalam beberapa tahun belakangan, tentunya tidak sekedar hadir sebagai salah satu tren yang mendominasi. Sejak dulu streetwear telah menjadi idola dan fashion favorit anak muda. Salah satu alasannya streetwear adalah fashion item yang paling berkualitas, namun dengan harga terjangkau, khususnya bagi pelajar sekolah dan mahasiswa. Sesuai namanya, “*street*” berarti jalanan dan “*wear*” berarti pakaian.

Istilah streetwear ini juga lekat dengan dunia jalanan dan circle para pelaku seni di dalamnya. Sebagian besar dari kaum muda *sporty* dan *artsy*. Mulai dari pecinta music hip-hop, *skateboard lovers*, hingga seniman jalanan yang mengedepankan kebebasan adalah awal inspirasi dari munculnya jenis pakaian streetwear ini.

Streetwear terus berkembang hingga dijadikan sebagai pilihan utama dalam acara casual atau kegiatan nonformal. Sebagai item casual, maka sangat cocok dikenakan untuk hangout atau sekedar berjalan-jalan. Juga aktivitas sehari-hari saat bersantai. Bobby “Hundreds” Shenassafar (2017), yang merupakan pendiri dari sebuah merek *fashion* kenamaan asal California, Amerika Serikat, “THE HUNDREDS”, menyatakan bahwa “*streetwear is all about culture. It's not about clothing*”. Bobby meyakini, bahwa *streetwear* bukan hanya sebuah mode ataupun gaya berbusana pada umumnya, melainkan juga menjadi bagian dari perkembangan budaya pada skema tertentu (Hundreds, 2017). Disamping itu,

fashion streetwear juga dinilai memiliki suatu fungsi komunikatif dibalik penggunaannya sebagai gaya berpakaian.

Fashion streetwear diyakini sebagai sebuah bentuk komunikasi artifaktual (*artifactual communication*) yang mampu mengkomunikasikan berbagai hal dibalik penggunaannya sebagai gaya berpakaian pada mayoritas masyarakat urban, khususnya remaja dalam beberapa tahun belakangan (Rakhmat, 2012: 283-285). Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti menarik suatu permasalahan yang ingin di teliti dengan judul “***Fashion Streetwear Pada Komunitas Skateboard Bandung***”.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka fokus masalah pada penelitian ini adalah ***fashion streetwear pada komunitas skateboard bandung***.

1.2.2 Pertanyaan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka pertanyaan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana komunikasi yang digunakan sesama anggota pada komunitas Skateboard Bandung?
- 2) Bagaimana *fashion streetwear* digunakan sebagai identitas di komunitas Skateboard Bandung?

- 3) Adakah perbedaan identitas *fashion streetwear* antara komunitas *skateboard* Bandung dengan komunitas skateboard lainnya?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui komunikasi yang digunakan sesama anggota pada komunitas Skateboard Bandung
- 2) Mengetahui *Fashion Streetwear* digunakan sebagai identitas di komunitas skateboard Bandung
- 3) Mengetahui Perbedaan identitas *fashion streetwear* antara komunitas skateboard Bandung dengan komunitas skateboard lainnya

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan praktis. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan yang terkait dengan *fashion streetwear* sebagai identitas sub budaya, khususnya untuk komunitas *skateboard* Bandung. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk penelitian yang menggunakan kajian fenomenologi.

2) Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai apa saja yang diungkapkan *fashion streetwear* tentang identitas komunitas *skateboard* Bandung dan jenis komunikasi yang direpresentasikan komunitas *skateboard* Bandung melalui fashion sebagai klaim *image* atau identitas.