BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pernahkah Anda berpikir, mengapa kebanyakan mahasiswa ataupun remaja pada saat ini menggunakan pakaian yang bertumpuk-tumpuk padahal cuaca sedang panas-panasnya. Pernahkah timbul rasa heran di benak Anda mengapa sebagian mahasiswa senang menggunakan aksesoris-aksesoris yang tampak mencolok di sekitarnya. Tentunya aneh jika Anda berpikir bahwa hal itu dipicu atas kesepakatan bersama. Hal inilah yang dinamakan budaya populer atau lebih dikenal sebagai budaya pop yaitu budaya yang banyak diminati oleh masyarakat tanpa ada batasan geografis. Budaya populer berasal dari kata "budaya" dan "populer". Kebudayaaan berasal dari kata budaya, sedangkan budaya adalah bentuk jamak dari kata budi-daya yang berarti cipta, karsa dan rasa.

Kebudayaan menurut R.Linton (dalam Effendi dan Malihah,2007:92) dalam bukunya Pendidikan Lingkungan Sosial Budaya dan Teknologi:

> "Bahwa kebudayaan dapat dipandang sebagai konfigurasi tingkah laku yang dipelajari dan hasil tingkah laku yang dipelajari, dimana unsur pembentukannya didukung dan diteruskan oleh anggota masyarakat lainnya."

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi. menurut mereka, "Kebudayaan adalah semua hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat."

Berbeda pengertian Budaya menurut Jhon Fiske yang dimana dia lebih menitikberatkan pada pengertian Budaya dalam kajian Budaya Populer.

Menurut **John Fiske** (1992) :

> "Objek kajian budaya populer bukanlah kebudayaan dalam pengertian yang sempit (yang sering dikacaukan dengan istilah kesenian atau kegiatan intelektual dan spiritual) melainkan kebudayaan dalam pengertian seperti yang dirumuskan oleh **Raymon Williams** (1961) yakni "cara hidup tertentu" bagi sekelompok orang, yang berlaku pada suatu periode tertentu."(Dalam Subandi, 2011:xxx)

Dari tiga definisi kebudayaan yang dikemukakan dapat disimpulkan bahwa kebudayaan itu merupakan hasil dari usaha manusia dengan cara hidup tertentu untuk memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani agar hasilnya dapat digunakan untuk keperluan dirinya dan masyarakat lainnya.

Sedangkan kata "pop" diambil dari kata "populer". Terhadap istilah ini Williams memberikan empat makna yakni: (1) banyak disukai orang; (2) jenis kerja rendahan; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri (Williams, 1983: 237). Kemudian untuk mendefinisikan budaya pop kita perlu mengkombinasikan dua istilah yaitu "budaya" dan "populer".

Budaya Populer adalah "budaya masyarakat" atau "budaya kebanyakan". Pada masa lalu pengertian ini seringkali digantikan dengan "budaya rakyat", tetapi menurut Williams (1976), pengertian ini juga merupakan salah satu penekanan modern yang penting. Berbeda dengan Williams, McQuail (1997), kenyataan "budaya" bukan hanya *ordinary* (hal-hal yang biasa) tapi juga *extraordinary* (hal-hal yang luar biasa) dan ada pula

yang menekankan analisis budaya pop pada praktik budaya yang dijalani sehari-hari *(culture of everyday life)*. (dalam Subandy, 2011:xxvii)

Istilah "budaya populer" *(culture popular)* sendiri dalam bahasa latin merujuk secara harfiah pada *"culture of the people"* (budaya orang-orang atau masyarakat). Mungkin itulah sebabnya banyak pengkaji budaya yang melihat budaya yang hidup *(lived culture)* dan serangkaian artefak budaya yang bisa kita temui dalam kehidupan sehari-hari orang kebanyakan.

Hebdige dalam (dalam Subandy, 2011:xxvii), sebagai contoh memandang budaya populer sebagai sekumpulan artefak yang ada, seperti film, kaset, acara televisi, alat transportasi, pakaian, dan sebagainya. Budaya Pop selalu berubah dan muncul secara unik di berbagai tempat dan waktu.

Fenomena budaya populer yang berkembang dan marak di Indonesia saat ini dan menjadi suatu top hits di kalangan mahasiswa atupun remaja saat ini adalah budaya pop Korea

Dalam jurnal Suzzanita. (2012) Demam Budaya Korea, yang di publikasikan :

> "Demam Korea seperti sudah menginfeksi Indonesia. Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, demam Korea merasuk kedalam negeri Indonesia. Penyebaran dan pengaruh budaya Korea di Indonesia lewat film drama, musik, *fashion* dan pernak-pernik Korea. Ratusan judul drama, musik, film, video game hingga *boyband* dan *girlband* berbau Korea diputar dan dipertontonkan di layar kaca Indonesia. Bahkan fanatisme artis dari negeri ginseng tersebut menjadi kiblat generasi muda saat ini, baik dalam fashion maupun budayanya."[1]

[1]http://blogartikel.blogspot.com/2012/01/baju-korea-jadi-trend-di-indonesia.html (Minggu, 25 Maret 2012 Pukul 9:45)

Dengan melihat kenyataan-kenyataan yang ada, dengan banyaknya Budaya Korea Selatan dan segala keunikan yang ada dalam Negara tersebut masuk ke Indonesia menyebabkan meluasnya pecinta Korea Selatan bertambah di Indonesia. Korea Selatan sekaligus budaya di dalamnya memang memiliki daya tarik luar biasa yang mengakibatkan jumlah pecinta dan pemerhatinya bertambah dari waktu ke waktu. Banyak yang tertarik dengan Korea karena negeri itu unik, dalam berbagai sisi termasuk kebudayaan, kuliner maupun pariwisatanya.

Demam Korea *(Korean wave)* saat ini telah merajai negeri Indonesia. Hal itu diakibatkan karena penyebaran dan pengaruh budaya Korea di Indonesia, terutama melalui produk-produk budaya populer. Meluas budaya populer Korea ini tidak bisa dilepaskan dari peran media massa, baik media cetak seperti surat kabar dan majalah, ataupun media elektronik seperti siaran radio, televisi dan internet *(media online),* yang secara sadar maupun tidak telah membantu terjadinya aliran budaya ini. Bisa dikatakan bahwa karena media massa-lah *Korean Wave* dapat memasuki semua sudut negara-negara Asia termasuk Indonesia.

Film, drama, musik dan pernak-pernik merupakan contoh dari produk budaya populer. Elemen-elemen budaya populer Korea ini menyebarkan pengaruhnya di negara-negara Asia salah satunya Indonesia. Di Indonesia, penyebaran budaya populer dari negeri gingseng ini dilihat sekitar tahun 2002 dengan tayangnya salah satu ikon budaya populer berbandrol drama seri berjudul /*Autumn in My Heart*/ atau /*Autumn Tale*/ yang lebih populer dengan

judul /*Endless Love*/, ditayangkan stasiun TV. Keberhasilan drama seri Korea tersebut yang dikenal dengan *Korean drama* (K-drama) diikuti oleh *Korean drama* lainnya.

Dalam hal ini peneliti lebih memfokuskan dari sisi *trend fashion* Korea, dimana peneliti melihat adanya perubahan dalam hal *fashion* di kalangan mahasiswa di kota Bandung. *Fashion* merupakan salah satu unsur yang dipengaruhi oleh budaya populer pada saat ini. *Fashion* adalah sebuah fenomena komunikatif dan kultural yang digunakan oleh suatu kelompok untuk mengkonstrusikan dan mengkomunikasikan identitasnya [2]

Berbicara mengenai *fashion* sepintas mengenai pakaian atau busana. Berbicara tentang pakaian adalah berbicara mengenai sesuatu yang sangat dekat dengan diri kita. Seperti yang dikutip oleh Idi Subandi Ibrahim peneliti media dan kebudayaan pop dalam pengantar buku Malcolm Barnard, *fashion* dan komunikasi Thomas Carlyle mengatakan :

> ”Pakaian adalah perlambang jiwa, pakaian tak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia, kecenderungan pada *trend* busana baru lebih dimotivasi oleh sebuah pemikiran bagaiman mengespresikan diri lewat pakaian yang mereka pakai” (dalam Subandi, 2011:266)

Korea sekarang menjadi barometer *fashion* di Asia dan tentunya *trend fashion* Korea juga terasa di Indonesia. Ini terbukti dengan banyaknya produk *fashion* berupa baju Korea yang mendominasi model baju anak remaja. Hal ini tak terlepas dari pengaruh gencarnya drama-drama, *boyband*, dan *girlband*

[2]http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/presenting/2180406-pengertian-fashion/ (Selasa,28 Februari 2012 Pukul 10.42)

Korea yang tampil dengan busana atau *fashion* yang unik dan terlihat menarik (Yuanita, 2012:129).

Perkembangan *fashion* di Indonesia sendiri bisa dikatakan berkembang dengan pesat beberapa dekade pada saat ini. Mode atau *fashion* adalah cara dan gaya melakukan dan membuat sesuatu, yang sering berubah-ubah, serta diikuti orang banyak (Effendi,Malihah,2007:98). Menurut Popi Dharsono, tokoh *fashion* Indonesia yang tidak hanya sebagai pengamat tetapi juga praktisi . *Fashion* adalah suatu cenderungan gaya yang sedang di gemari pada saat itu dan berlaku pada jangka waktu tertentu.

Dengan melihat 2 (dua) pengertian di atas kita dapat mengetahui bahwa dunia *fashion* di Indonesia akan selalu berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Dengan masuknya budaya Korea ini kita dapat melihat gejala ataupun pengaruhnya, Mode atau *fashion* tidak hanya tampak pada cara mengatur tatanan rambut atau menggunakan pakaian dan sebagainya, tetapi juga dalam mengejar sesuatu yang baru dalam bidang lain yang bersifat inovatif. Dimana kita dapat melihat beberapa gaya mahasiswa di kota Bandung mengikuti gaya *fashion* orang Korea, Penampilan mereka yang berbusana ‘Korea banget’ dengan memadukan warna-warna cerah dan nuansa ceria yang membuat penampilan mereka modis dan memberi kesan imut.

Budaya populer menyatukan para masyarakatnya ke dalam satu komunitas penggemar. Untuk menjadi bagian dari dunia budaya populer, maka ibaratnya kita harus menjadi populer. Khalayak budaya populer mengikuti tren yang ada, membeli produk yang berkaitan dengan tren

tersebut, mengasosiasikan dirinya sebagai bagian dari penggemar ikon budaya populer tertentu dan pada akhirnya turut menyebarkan budaya populer tersebut.

Budaya pop Korea ternyata mampu menjangkau segala usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa sekalipun menjadi penikmat budaya pop Korea. Dan salah satu kota besar di Indonesia yang terkenal dengan pusat mode atau *fashion* adalah Bandung, Jawa Barat, dan memiliki julukan *Paris van Java*. Bandung memiliki banyak potensi sebagai pusat mode sekaligus pusat industri mode karena memiliki berbagai macam fasilitas pusat perbelanjaan baik besar maupun kecil yang menyediakan berbagai macam busana yang dapat menjadi *trend fashion* terbaru, adanya beberapa industri garmen dan tekstil yang mendukung perkembangan mode di Bandung, ditambah banyaknya fasilitas pendidikan yang tersedia di Bandung menjadikan Bandung sebagai tempat berkumpulnya para pelajar dan mahasiswa dari golongan muda sebagai tokoh utama perkembangan trend mode (Anggraeni.1997:2). Perkembangan *fashion* bisa kita lihat dari pemakaian gaya busana mahasiswa-mahasiswa bandung dimana hal ini dapat dilihat dari setiap aktifitas mahasiswa pada saat mereka mengikuti proses perkuliahan, atau pada saat mereka berkumpul karena mereka dapat lebih bisa berekspresi dengan bebas melalui pakaian mereka. Mereka tampak nyaman dan percaya diri dengan *fashion* yang digunakannya dengan berbagai gaya dan ciri khas masing-masing. Dari mulai *fashion* tomboy, anggun, busana muslim, macho, maskulin,dan lain-lain. Dan itu terlihat cocok di kenakan

oleh mereka karena sesuai dengan karakternya masing-masing karena kecenderungan pada *trend* busana baru lebih dimotifasi oleh sebuah pemikiran bagaimana mengespresikan diri lewat pakaian yang mereka pakai.

Budaya pop *Trend fashion* Korea ini menimbulkan pengaruh positif dan juga negatif. Dampak positif dari budaya populer dalam ini, dimana kita dapat mendapatkan suatu identitas, disini kita lihat dari sudut pandang *style* Korea yang masuk dimana gaya-gaya terbaru akan membuat menjadi lebih kreatif dan lebih variatif dalam menciptakan suatu pribadi yang unik dan berbeda dengan yang lainnya, yang tentu saja sesuai dengan kepribadian. ini adalah masalah kesepahaman setiap orang dimana *style* tersebut dapat mempengaruhi seseorang secara positif. Namun ada pula sisi negatif dari budaya populer terhadap *trend fashion* Korea ini sendiri dimana hilangnya budaya asli daerah atau Negara karena banyaknya budaya Korea yang masuk ke Indonesia, dimana dengan budaya populer Korea ini lebih condong dan lebih "menjual" dari pada dengan budaya daerahnya sendiri yang di anggap kuno.

Setiap orang yang menggunakan *fashion* Korea melibatkan perilaku yang di sengaja dikarenakan pada setiap tahapan prosesnya sengaja mengirimkan sejumlah besar pesan nonverbal dimana pesan tersebut memiliki makna bagi orang lain. Seperti yang di klasifikasikan oleh **Larry A Samovar dan Richard E. Poter,** (dalam Mulyana 2007 :352) bahwa pakaian atau busana merupakan pesan-pesan Nonverbal.

Klasifikasi pesan-pesan nonverbal kedalam 2 kategori utama, yaitu

1. Perilaku yang terdiri penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa
2. Ruang,waktu dan diam.

Dari pesan nonverbal ini secara tidak langsung memberikan daya tarik kepada siapapun yang melihatnya khususnya bagi kalangan Mahasiswa di Kota Bandung.

Menurut **Onong Uchjana Effendy (1989:181)**, "daya tarik adalah kekuatan, penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi".

Sementara itu menurut **As'ad (1997:89)** dalam bukunya Psikologi Industri mengatakan daya tarik "adalah sikap membuat orang senang akan objek situasi atau ide tertentu. Hal ini diikuti perasaan senada dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu .

Dari kedua definisi di atas penelti memilih dan menggunakan pengertian daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy sebagai dasar rujukan yang akan diajukan untuk dikaji lebih lanjut lagi.

Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi, Poter&Samovar dalam (Mulyana dan Rahmat,2006:12). Pesan-pesan itu muncul lewat perilaku, baik perilaku yang dapat diartikan atau mempunyai arti adalah suatu pesan, atau perilaku

mungkin di sadari ataupun tidak disadari (terutama perilaku non verbal) (Sihabudin,2011:15).

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan manusia. Fungsi komunikasi dalam kehidupan menyangkut banyak aspek. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam bentuk pikirannya atau perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya untuk tidak terasing dan terisolir dari lingkungan di sekitarnya. Melalui komunikasi seseorang dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain. **Menurut Everett M Rogers** Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dengan komunikasi seseorang bisa merubah perilaku orang lain atau pun lebih dari seorang untuk mengikuti kehendak yang diinginkan atau merubah perilaku mereka, Begitu pula sama dengan yang di katakana **Gerald R. Miller** tentang pengertian komunikasi, komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Berdasarkan uraian diatas peneliti mengangkat masalah ini ke dalam penelitian, karena ingin memperlihatkan daya tarik *trend fashion* Korea sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung merupakan suatu kajian yang menarik.dan diharapkan dapat mampu menjawab bagaimana *trend fashion* Korea dapat menjadi daya tarik sebagai budaya

populer di kalangan mahasiswa. Karena mempelajari komunikasi tidak pernah ada habisnya, sehingga dari permasalahan ini diharapkan dapat mengetahui lebih jauh dan lebih mendalam.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Berdasarkan latar belakang di atas, maka Rumusan Masalah Makro yang diangkat oleh Peneliti adalah sebagai berikut **" Bagaimana Daya Tarik *Trend fashion* Korea sebagai Budaya Populer di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung?"**

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Pada penelitian ini, peneliti merinci secara jelas dan tegas dari fokus pada rumusan masalah yang masih bersifat umum dengan subfokus-subfokus terpilih dan dijadikannya sebagai rumusan masalah mikro, yakni:

1. Bagaimana **Kekuatan** yang didapat dari pemakaian *trend fashion* Korea sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung?
2. Bagaimana **Penampilan** dari *trend fashion* Korea sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung?
3. Bagaimana penggunaan **Media Massa** *trend fashion* Korea sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini pun memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian sebagai ranah kedepannya, adapun maksud dan tujuannya sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menjelaskan mengenai Daya Tarik *Trend fashion* Korea Sebagai Budaya Populer di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini mencapai hasil yang optimal maka terlebih dahulu perlu tujuan yang terarah dari penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **Kekuatan** yang didapat dari pemakaian *trend fashion* Korea sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui **Penampilan** dari *trend fashion* Korea sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui penggunaan **Media Massa** *trend fashion* Korea sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis, sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penulis agar penelitian ini dapat mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi secara umum dan khususnya mengenai daya tarik *trend fashion* Korea sebagai Budaya Populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung. Selain itu pula dapat menjadi acuan dan dapat memperdalam pengetahuan dan teori mengenai informasi-informasi yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan serta sebagai salah satu rujukan untuk meneliti lebih lanjut dari sisi dan masalah penelitian yang sama dan dapat dijadikan pengalaman dalam mengaplikasikan ilmu komunikasi yang selama ini diterima secara teori.

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas

Secara Praktis berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum dan khususnya bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang dapat dijadikan sebagai literatur dan referensi tambahan terutama bagi

peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

1.4.2.3 Kegunaan Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat yang ingin mendapatkan informasi mengenai daya tarik dari *trend fashion* Korea yang menjadikannya sebagai Budaya Populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung tersebut dan mampu dijadikan pelajaran dan mampu menjadi pemahaman dan pengetahuan bagi masyarakat khususnya mahasiswa.