

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Karya dokumenter adalah sebuah video ataupun film yang menceritakan sebuah kejadian nyata dengan kekuatan ide para pembuatnya dalam merangkai gambar-gambar menarik menjadi istimewa secara keseluruhan (Fachruddin, 2012). Dokumenter merupakan salah satu bentuk produk audio visual yang menceritakan suatu fenomena keseharian. Fenomena tersebut cukup pantas untuk diangkat menjadi perenungan bagi penonton. Materi dokumenter sendiri dapat berupa cerita mengenai keprihatinan sosial, pengalaman dan pergulatan hidup yang memberikan inspirasi dan semangat hidup bagi penonton, atau kilas balik dan kupasan mengenai peristiwa yang sudah pernah terjadi dan ada kaitannya dengan masa sekarang (Brata, 2007).

Video dokumenter tidak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Intinya, video dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin (Javandalasa, 2012). Hal ini mirip seperti pengertian dari jurnalistik sendiri yang menyebutkan bahwa jurnalistik adalah seni atau keterampilan dalam mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya (Suhandang, 2004:23). Kedua hal ini memiliki relevansi yaitu untuk

menangkap sebuah fenomena yang sedang atau pernah terjadi untuk kembali disebarakan.

Menurut Fachruddin (2012), ada beberapa gaya video dokumenter. Yang pertama adalah gaya eksposisi dengan format televisi yang menjadikan naratornya sebagai penutur tunggal. Kemudian gaya observasi yang menjadikan naratornya sebagai pengisi suara. Lalu ada gaya interaktif di mana adegan komunikasi antara sutradara dengan subjek terlihat jelas, serta gaya refleksi yang menggambarkan kamera sebagai mata film yang merekam berbagai kejadian. Terakhir adalah gaya performatif yang biasa dikenal sebagai semi dokumenter karena kemasannya yang dibuat semenarik mungkin.

Video dokumenter sendiri memiliki berbagai macam genre. Beberapa genre tersebut meliputi kuliner, politik, flora fauna, sosial budaya dan salah satu yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu *entertainment* (hiburan). Genre *entertainment* sendiri disukai oleh masyarakat selain karena adanya unsur hiburan juga karena dirasa dekat dengan keseharian para penonton. Video yang dihadirkan bisa dikemas dengan berbagai macam gaya dengan visual yang beragam juga. Topik yang diangkat bisa seputar musik, publik figur, teater, olahraga, film, hingga industri mode atau fesyen.

Ditulisakan dalam buku “*Fashion* Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender”, Barnard (2018) berpendapat bahwa fesyen berhubungan erat dengan satu bahasa Latin yaitu *factio*, yang artinya adalah “membuat”. Jadi fesyen bisa mengacu pada sebuah kegiatan,

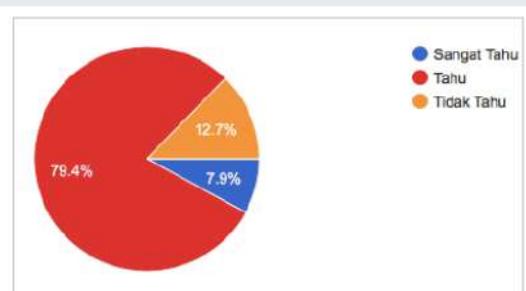
dilakukan oleh seseorang. Namun seiring berjalannya waktu, fesyen lebih mengarah pada suatu mode yang dipakai oleh individu atau kelompok seperti busana dan perhiasannya. Padahal fesyen sendiri memiliki definisi sebagai bentuk, jenis, tata cara, atau tindakan. Sedangkan menurut Soekanto (2014, p.186), fesyen adalah suatu mode yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian tertentu.

Fesyen sudah menjadi bagian dalam kehidupan manusia sehari-hari. Bukan hanya menjadi alat penutup tubuh ataupun penghias tubuh, fesyen juga bisa menjadi sebuah alat komunikasi dalam menyampaikan identitas diri seseorang. Hal ini bisa dilakukan jika penggunaannya menggunakannya secara rutin dan konstan (Lestari, 2014, p.225). Fesyen sendiri dipilih sesuai dengan apa yang akan dilakukannya pada hari itu, bagaimana suasana hati seseorang, siapa yang akan ditemuinya. Hal ini menegaskan pandangan fesyen dan pakaian dipergunakan untuk mengirimkan pesan tentang diri seseorang pada orang lain (Barnard, 2012). Selain itu fesyen juga bisa menjadi sebuah bahan penilaian seseorang terhadap orang. Saat ini, gaya berpakaian, aksesoris, ataupun benda fungsional lainnya sudah dijadikan sebagai salah satu sarana untuk mengekspresikan diri seseorang. Upaya manusia dalam berhias untuk memiliki penampilan yang lebih dipandang sudah ada sejak jaman dahulu. Menurut Hendariningrum dan Susilo (2008), seiring berjalannya waktu manusia berlomba-lomba untuk membuat sesuatu yang bukan hanya untuk digunakan, tetapi bisa merefleksikan kepribadian si pemakai.

Peranan fesyen mempunyai arti yang berbeda-beda dari manusia yang satu dan yang lainnya. Selera maupun gaya masyarakat dalam mengaplikasikan fesyen dalam kehidupan juga beragam. Dengan adanya dukungan dari media sosial, fesyen kini menjadi sebuah tren baru. Berbagai bentuk, model, warna, bahan dan juga kegunaannya semakin luas. Pertumbuhan dalam industri fesyen sendiri mengalami peningkatan yang signifikan yakni 18,98 persen (Billy, 2019). Maka dari itu, para desainer bereksperimen untuk menciptakan suatu karya yang unik dan baru. Tidak hanya untuk kepentingan estetika, tetapi juga sebagai salah satu wadah untuk menyalurkan pesan. Karya tersebut bisa juga disebut sebagai *experimental fashion*. Didukung dengan pernyataan Boultwood dan Hindle yang menyebutkan bahwa *experimental fashion* sendiri merupakan gaya fesyen yang menggunakan eksperimen melalui kategori desain seperti bentuk, volume, dan kecocokan serta ide-ide estetis (2018, p.103).

Perkembangan ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya, dan salah satunya adalah pembagian gender. Para desainer yang berlomba-lomba untuk menyesuaikan hasil karya mereka dengan perkembangan ini membuat timbul suatu istilah yang kini dikenal sebagai *genderless fashion*. Dikutip dari wawancara antaranews.com, Musa Widyatmodjo, seorang perancang fesyen, mengatakan bahwa *genderless fashion* merupakan sebuah istilah yang menggambarkan produk fesyen yang tidak di khususkan ke satu gender saja. *Genderless Fashion* bisa menjadi sebuah alternatif dalam dunia fesyen untuk berkontribusi mengenai kesetaraan gender (Long, 2019).

Nadiah, Achmad, dan Gregorius (2019) dari Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung melakukan sebuah riset dengan judul “Studi Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap *Genderless Fashion*”. Mereka mengumpulkan data melalui studi Pustaka dan kuesioner untuk mengetahui preferensi masyarakat Jakarta terhadap *Genderless Fashion*. Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah mereka bagikan kepada 63 orang, 50 orang dengan persentase 79,4% menjawab mengetahui apa itu *genderless fashion*, delapan orang dengan persentase 12,7% menjawab tidak mengetahui apa itu *genderless fashion*, dan lima orang dengan persentase 7,9% menjawab sangat mengetahui apa itu *genderless fashion*.



Sumber : Jurnal Rupa, 2019

Gambar 1.1. Persentase pengetahuan responden terhadap *Genderless Fashion*

Selain itu, mereka juga memberikan beberapa pertanyaan lainnya untuk mendapatkan kesimpulan. Mereka menyajikan gambar model yang menggunakan pakaian berbunga-bunga dan menanyakan perihal wajar atau tidaknya jika pria mengenakan pakaian tersebut. Sebanyak 40 orang dengan persentase 63,5% menjawab wajar dan 23 orang dengan persentase 36,5% menjawab tidak wajar.

Dari penelitian tersebut, kesimpulannya adalah beberapa hal yang masih tidak bisa diterima di masyarakat seperti pakaian yang terlalu feminim pada pakaian pria.

Rok pendek, warna cerah dan pakaian yang memiliki siluet yang sering ada pada pakaian wanita belum bisa diterima jika dikenakan oleh pria. Namun jika pakaian warna cerah ataupun siluet yang biasa digunakan oleh pria masih dapat diterima oleh masyarakat.

Banyak masyarakat yang terbiasa dengan adanya pembagian gender dalam menerapkan fesyen, contohnya seperti rambut pendek pada perempuan, penggunaan rok terhadap laki-laki, warna mencolok terhadap fesyen pria, dan masih banyak lagi. Menurut Nadiah, Achmad dan Prasetyo (2019), gaya berpakaian ini sering juga dikaitkan dengan kelompok tertentu yaitu kaum LGBTQ+. Fenomena laki-laki yang dianggap kehilangan identitasnya, maskulinitasnya, atau mengalami penyimpangan orientasi seksualnya karena mengenakan atribut yang secara stereotip digunakan oleh wanita sering kali ditemukan di dalam media sosial (Anindya, 2016).

Salah satu contoh kasus yang erat kaitannya dengan hal ini adalah ketika seorang penyanyi asal Inggris, Harry Styles, menghadiri sebuah acara penggalangan dana tahunan, yaitu Met Gala. Pada tahun 2019, Harry tampil debut dengan *sheer black top* keluaran Gucci, *high waist black trousers*, *heels*, dan anting mutiara di sebelah kanan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1.2 Gaya Harry Styles di Met Gala yang menuai kontroversi

Sumber : Refinery29

Tahun 2020 kemarin, Harry kembali hadir menjadi bintang sampul majalah ternama yaitu Vogue. Terlihat di sampul majalah tersebut, ia menggunakan gaun biru muda dan jas hitam. Tak hanya itu, foto lainnya juga menunjukkan Harry mengenakan pakaian yang dianggap hanya layak digunakan oleh perempuan.



Gambar 1.3 Harry Styles saat pemotretan majalah Vogue

Sumber : Vogue

Penampilan-penampilan tersebut menimbulkan berbagai macam komentar dari tokoh-tokoh ternama maupun masyarakat, mulai dari komentar yang positif hingga negatif. Salah satu komentar yang cukup banyak diberikan adalah yang mengatakan bahwa ia adalah penyuka sesama jenis atau Gay. Namun hal tersebut tidak membuat Harry mengubah cara berpakaianya. Saat menjalankan berbagai pertunjukan atau tur keliling dunia, Harry masih memakai pakaian dengan warna mencolok, gliter, bulu, dilengkapi dengan aksesoris seperti kalung dan juga cat kuku.

Melihat fenomena di atas, penulis merasa ada masalah yang perlu diselesaikan. Salah satu jalan tengah yang bisa diambil adalah dengan memperkenalkan kepada masyarakat mengenai fesyen mode kontemporer tanpa gender atau *Experimental Genderless Fashion*. Hal ini dirasa bisa membuktikan bahwa seseorang bebas mengekspresikan diri tanpa perlu takut kehilangan maskulinitas ataupun feminitasnya hanya dikarenakan menggunakan fesyen tertentu. Maka dari itu, penulis tertarik untuk memproduksi sebuah video dokumenter untuk meningkatkan informasi serta pemahaman masyarakat mengenai *Experimental Genderless Fashion*.

1.2 Tujuan Karya

Berdasarkan latar belakang di atas, pembuatan video dokumenter ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis, yaitu:

1. Menghasilkan produk jurnalistik berupa video dokumenter yang diunggah melalui akun Youtube pribadi penulis.
2. Menghasilkan produk jurnalistik berupa video dokumenter yang ditonton oleh 1.000 orang penonton.

1.3 Kegunaan Karya

Kegunaan karya ini berlandaskan pada nilai-nilai berita jurnalistik yang dibuat dengan prinsip dan kode etik jurnalistik yang mendukung kegunaan media itu sendiri. Nantinya diharapkan hasil dari karya ini memiliki dampak nyata karya jurnalistik bagi masyarakat seperti mengatasi kesetaraan gender dalam berpakaian hingga bisa meningkatkan rasa percaya diri sang pemakai.

Karya ini juga diharapkan bisa menjadi salah satu sumber yang bisa meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai *Experimental Genderless Fashion* dan menyatakan bahwa fesyen merupakan salah satu cara mengekspresikan diri lebih dan tidak pernah ada keterangan bahwa fesyen / mode tertentu hanya boleh digunakan oleh gender tertentu saja.