

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Streetwear atau dikenal juga dengan sebutan busana jalanan menjadi sebuah gaya/mode yang digemari oleh masyarakat di Indonesia bahkan dunia. Fenomena busana jalanan di Indonesia sendiri sudah dikenal sejak lama oleh para penggemarnya, terhitung sejak tahun 90-an tren busana jalanan sudah menjadi budaya *fashion* tersendiri bagi anak muda Indonesia. Tren ini tidak semata-mata terjadi di Indonesia, melainkan terjadi di negara-negara lain di dunia seperti Amerika dan Jepang (Asharini, 2019)

Amerika dan Jepang merupakan akar dari berkembangnya tren busana jalanan di dunia dan salah satunya adalah Indonesia. Budaya ini sudah melekat secara kuat kepada penduduk di Amerika dan Jepang, ditambah lagi budaya busana jalanan di sana mendapatkan pengaruh yang sangat besar dari budaya *pop culture* yang sangat berkembang seperti musik dan olahraga (Laras G. , 2022).

Budaya musik hip hop serta olahraga seperti basket dan skateboard mengambil peranan yang sangat penting dalam perkembangan budaya busana jalanan di dunia (Kiwi, 2021). Bahkan, menurut Tezar (2022), budaya *pop culture* ini dapat terbilang sebagai nenek moyang dari hadirnya budaya busana jalanan yang berkembang di dunia. Banyak dari penggiat musik dan olahraga yang memakai tren busana jalanan sebagai identitas mereka sehingga banyak penggemar yang mendapatkan pengaruh untuk menggunakan gaya yang sama dalam hal berpakaian.

Tren busana jalanan ini memiliki ciri pakaian khas yang santai namun tetap *stylish* seperti *t-shirt*, *hoodie*, *sweatpants*, dan lain sebagainya yang dipadukan dengan sepatu kasual seperti *sneakers* yang membentuk budaya baru yang dikenal oleh masyarakat sebagai budaya busana jalanan/*streetwear fashion* (Lestari, 2019). Banyak dari atlet hingga artis terkenal yang ikut ambil bagian dalam perkembangan tren ini seperti Kanye West, Michael Jordan, Jay Z, 2Pac, Snoop Dogg, Tony Hawk,

dan masih banyak lagi orang-orang yang memiliki pengaruh besar dalam perkembangan budaya busana jalanan di dunia.

Menurut Putri (2021) *streetwear* merupakan gaya berpakaian yang menjadi tren global di era 90-an yang mengusung konsep kasual. Tren ini diperkuat dengan munculnya mode hip hop ala New York dan budaya *skateboarding* di California pada tahun 70-an. Hingga saat ini, tren *fashion streetwear* atau tren pakaian jalanan ini sudah sangat digemari oleh banyak anak muda yang ada di dunia. Beragam merk dan model berkembang dengan sangat pesat seiring dengan berkembangnya skema pakaian jalanan ini di dunia. Di Indonesia sendiri, terdapat beragam brand lokal yang menjual pakaian khas *fashion* jalanan ini contohnya Thanksinsomnia, Leaf, Sepatu Compass, dan masih banyak lagi beragam merk yang tersedia mulai dari sepatu, baju, celana, dan berbagai hal seputar *fashion* lainnya.

Pada era ini, busana jalanan sudah sangat berkembang dan diminati oleh banyak orang di dunia bahkan di Indonesia, penggemarnya pun terus bertambah seiring berjalannya waktu (Putra, 2020). Tren ini lama kelamaan dikenal menjadi sebuah identitas baru masyarakat urban yang ada di Indonesia maupun dunia dengan berbagai mode/gaya busana jalanan baru yang terus berkembang dan digemari oleh para penggemar setia nya.

Terhitung sejak tahun 2016, terdapat gaya busana jalanan baru yang sangat digemari oleh hampir seluruh masyarakat dunia, yaitu tren Hypebeast. Hypebeast sendiri pada awalnya dikenal sebagai sebuah media asal Hong Kong yang banyak meliput konten seputar *streetwear fashion* di dunia. Pemberitaan media Hypebeast ini pun mendapatkan sambutan dari penggemar busana jalanan dunia dengan sangat baik dan bahkan nama Hypebeast sendiri sempat digunakan sebagai nama dari sebuah tren *fashion* yang berkembang di dunia (Nabilarsi, 2019).

Berdasarkan hal ini, perkembangan tren *fashion* di dunia mengalami perubahan dari waktu ke waktu seiring perkembangan zaman. *Fashion* bukan lagi dinilai sebagai sebuah pakaian yang dapat dipakai sehari-hari oleh masyarakat melainkan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi

seseorang serta menjadi bagian budaya yang menyatu dengan masyarakat di wilayah tertentu (Beritakaltim.co, 2015). *Streetwear fashion* sebagai salah satu tren *fashion* terkemuka yang kian digandrungi oleh kebanyakan dari masyarakat urban, khususnya remaja dalam beberapa tahun terakhir tentunya tidak sekedar hadir menjadi salah satu tren yang mendominasi tetapi memberikan dampak yang lebih terhadap suatu kebudayaan (Utami, 2022)

Bobby menyampaikan bahwa “*Streetwear it’s not about clothes, it’s all about culture, not just product*” yang berarti bahwa *streetwear fashion* bukan hanya merupakan sebuah mode atau gaya berpakaian yang dipakai sehari-hari oleh masyarakat, melainkan lebih daripada itu *streetwear fashion* menjadi bagian dari perkembangan budaya dan terus berkembang di masyarakat (Feisol, 2018)

Lebih dari itu, sebuah tren *fashion* pun dinilai memiliki fungsi komunikasi yang dapat mengkomunikasikan identitas suatu masyarakat serta mengkonstruksi pemikiran dari para penikmatnya untuk selalu mengikuti tren yang berkembang di masyarakat seiring berjalannya waktu melalui berbagai kanal komunikasi yang ada (Azrin, 2019). Tren *fashion* yang sedang berkembang di masyarakat menjadi bola yang terus berputar tanpa arah sehingga semua orang dapat menikmatinya.

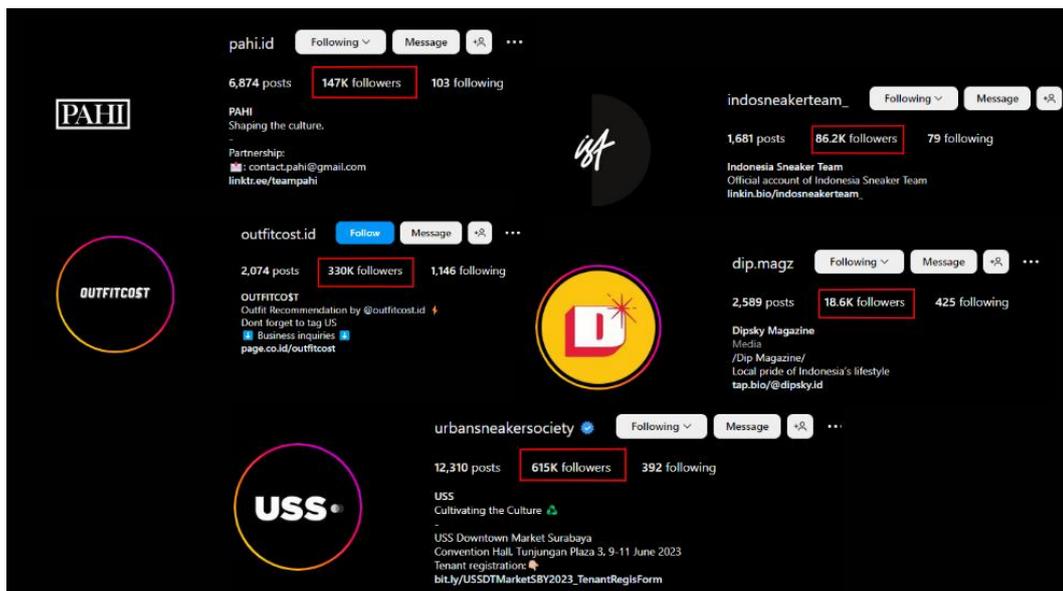
Penelitian ini didasari oleh fenomena tren *fashion* yang sedang ramai di masyarakat yakni *streetwear fashion*, *streetwear fashion* sendiri dikenal sebagai sebuah tren *fashion* yang sangat *booming* dan digemari oleh banyak masyarakat Indonesia maupun dunia pada saat ini yang familiar dengan sebutan *street style* (Febriansyah, 2022). Perpaduan antara gaya kasual yang dipadukan dengan budaya yang berkembang di jalanan pada perkotaan memiliki ciri khas tersendiri di mata masyarakat urban khususnya remaja (Dinah, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana suatu gaya busana dalam hal ini adalah *streetwear fashion* dapat mengkonstruksi sekelompok masyarakat melalui sebuah akun media sosial. Dalam hal ini, media sosial yang dipilih adalah Instagram, sebagai salah satu media paling populer yang ada di dunia (Naurah, 2023). Instagram sendiri merupakan media sosial berbasis foto dan video

yang memungkinkan penggunaanya untuk membagikan berbagai macam hal seputar kehidupan penggunaanya termasuk seputar *fashion*.

Salah satu akun Instagram yang gemar membagikan foto dan video seputar *lifestyle* dan *fashion* yang ada di Indonesia adalah Urban Sneaker Society (dengan *username* Instagram @urbansneakersociety), Urban Sneaker Society atau lebih dikenal dengan sebutan USS merupakan sebuah komunitas dan media yang menjadi wadah bagi para pencinta *fashion* untuk berkumpul dan membagikan momen kegemaran mereka yang sama yakni seputar *fashion*, selain itu USS juga merupakan media di mana mereka meliput berbagai hal seputar *fashion* ataupun *lifestyle* yang ada di Indonesia.

Urban Sneaker Society memiliki lebih dari 600 ribu *followers* di akun Instagram mereka, menjadikan mereka salah satu komunitas dan media online seputar *fashion* dan *sneakers* yang terbesar di Indonesia bahkan di Asia Tenggara (CNN Indonesia, 2019). Berdasarkan hal ini, Urban Sneaker Society dinilai memiliki kompetensi untuk menjadi akun yang akan diteliti pada penelitian kali ini karena pembahasan yang dibuat merupakan pembahasan seputar *fashion* dan *lifestyle*, selain itu USS juga memiliki pengikut paling besar diantara media online *fashion* Indonesia lainnya yang ada pada Instagram yaitu sebanyak 615 ribu *followers*, jumlah ini merupakan yang terbanyak apabila dibandingkan dengan akun lain seperti @pahi.id yang memiliki pengikut sebanyak 147 ribu *followers*, lalu @indonesiasneakerteam sebanyak 86.2 ribu *followers*, @outfitcost.id sebanyak 330 ribu *followers*, dan @dip.magz sebanyak 18.6 ribu *followers*.



Gambar 1.1 Data Followers Instagram Online Fashion Media

(Sumber: Instagram, 2023)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sebuah tren *streetwear fashion* dapat mengonstruksi sebuah khalayak melalui akun Instagram @urbansneakersociety. Penelitian ini menjadi sangat menarik karena mengangkat isu yang sedang berkembang di masyarakat mengenai tren *fashion* yang berkembang dan dapat mengonstruksi sebuah pemikiran sekelompok individu dalam masyarakat untuk memiliki gaya busana serupa. Penelitian ini akan berfokus kepada akun Instagram @urbansneakersociety sebagai sebuah media dan komunitas para penggemar *streetwear fashion* yang akan menjadi objek pada penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Tren berbusana ala jalanan atau yang lebih dikenal dengan sebutan *streetwear fashion* menjadi sebuah tren yang amat digandrungi oleh masyarakat dunia khususnya Indonesia pada masa ini. *Streetwear fashion* bukan hanya menjadi sebuah gaya berpakaian melainkan menjadi sebuah budaya yang berkembang di masyarakat, bahkan banyak dari masyarakat yang menganggap *streetwear fashion* sebagai sebuah identitas bagi diri mereka yang mencintai tren ini.

Lebih dari itu, busana jalanan atau *streetwear fashion* menjadi sarana komunikasi bagi masyarakat untuk mengekspresikan diri mereka, baik secara langsung maupun digital (melalui kanal media sosial). *Streetwear fashion* sebagai aspek komunikatif tidak hanya dinilai sebagai pakaian atau busana tetapi menjadi simbol dan cerminan mereka di masyarakat yang dapat mengkonstruksi pemikiran khalayak.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana konstruksi sosial gaya hidup penggemar *fashion streetwear* melalui akun media sosial Instagram @urbansneakersociety?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, penelitian ini disusun untuk mengetahui informasi mengenai konstruksi sosial gaya hidup penggemar *fashion streetwear* pada sekelompok individu melalui akun media sosial Instagram @urbansneakersociety.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan menjadi penelitian yang dapat mengangkat isu yang hangat di masyarakat mengenai sebuah tren *fashion* dan dapat membawa perkembangan pada bidang komunikasi khususnya teori konstruksi sosial atas realitas dalam pembahasan fenomena *streetwear fashion* sebagai tren yang sedang hangat di masyarakat.

1.5.2 Kegunaan Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan masyarakat Indonesia khususnya mengenai pandangan bahwa konstruksi realitas gaya hidup khususnya dalam bidang *fashion* terjadi dalam interaksi sosial melalui kanal-kanal media sosial.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada sekelompok masyarakat yang dalam hal ini adalah pengikut dari akun Instagram @urbansneakersociety.

