

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia pada hakikatnya dapat dikategorikan sebagai makhluk sosial, yang keseluruhannya memiliki wujud kebudayaan fisik, kebudayaan (aktivitas sosial), serta kebudayaan ideal yang bersifat abstrak yang hanya ada di pikiran masing-masing warga masyarakat di mana kebudayaan yang bersangkutan hidup dan berkembang. Komunikasi merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia. Fungsi komunikasi sebagai alat komunikasi sosial, yang tentunya dapat dapat mengisyaratkan bahwa komunikasi merupakan komponen penting dalam membangun konsep diri, mengaktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari ketegangan, tekanan, dan memupuk hubungan yang luas dan harmonis dengan orang lain. Ditinjau dari kegiatan berkomunikasi, Komunikasi Antar Budaya merupakan bagian dari kegiatan yang dilakukan oleh setiap individu dengan individu yang lainnya (Mulyana, 2004).

Komunikasi Antar Budaya dapat diartikan sebagai kegiatan komunikasi yang terjadi antar para peserta komunikasi yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Pada dasarnya tidak ada manusia yang sama persis, masing-masing individu memiliki identitas budaya yang berbeda-beda, termasuk cara pandang dan cara pikirnya terhadap suatu hal. Ketika dua orang memiliki perbedaan yang besar terhadap latar belakang budayanya, maka hambatan yang muncul pada saat mereka melakukan kegiatan komunikasi juga akan semakin banyak, Salah satunya adalah

adanya Globalisasi yang dapat mempengaruhi segala aktivitas manusia sehari-hari (Auliansyah, 2014).

Globalisasi merupakan suatu sifat yang tidak bisa dihindari dan di cegah. Kemajuan - kemajuan di bidang teknologi komunikasi menghasilkan media yang canggih sehingga mempermudah terjadinya globalisasi. Teknologi informasi dan komunikasi telah menghubungkan manusia seluruh dunia menjadi satu sistem komunikasi. Hal-hal yang dapat di lihat dengan adanya globalisasi ini memiliki dampak yang dihasilkan, Salah satunya dari aspek budaya. Budaya dapat di mengalami perubahan dengan cepat. Salah satunya adalah adanya akulturasi budaya yang terjadi pada budaya satu dengan yang lain. Dalam hakikatnya akulturasi budaya merupakan suatu perubahan atau merupakan tindakan untuk meniru hal atau budaya baru dan asing.

Akulturasi budaya merupakan proses sosial atau tindakan seseorang untuk meniru orang lain, baik sikap penampilan, gaya hidup, bahkan apa-apa yang dimilikinya. Salah satu contoh kecil akulturasi budaya yang pertama kali muncul pada lingkungan keluarga berkembang pada lingkungan tetangga hingga pada lingkungan masyarakat. Akulturasi budaya dapat dikategorikan dalam berbagai aspek, salah satu bentuk akulturasi budaya yang biasanya terjadi adalah akulturasi budaya budaya.

Akulturasi budaya Budaya terjadi karena adanya hal menarik yang disukai oleh individu. hal tersebut memuat komponen budaya yang terkandung didalamnya yakni, nilai-nilai, norma, simbol, bahasa dan pengetahuan. Pengaruh dari interaksi sosial atau pengaruh lingkungan menjadi salah satu faktor pendorong terjadinya

akulturasi budaya budaya, tidak dapat dipungkiri banyak budaya asing yang dengan mudah masuk ke dalam negeri salah satu contoh kasusnya yakni Budaya *K-Pop* saat ini menjadi salah satu budaya yang sangat digandrungi di kalangan remaja. Dapat dilihat dari banyaknya fans dari Indonesia yang sangat menyukai budaya *K-POP*, hal ini menjadikan remaja sangat antusias dan mudah mengikuti berbagai hal yang dilihat dari idolanya yang salah satu contohnya dengan meniru gaya pakaian yang dikenakan, selain pakaian skincare menjadi salah satu hal yang disukai dikalangan penggemar *K-POP* di Indonesia yang dilansir dari situs internet. Berbicara mengenai Korean Wave menjadi salah satu faktor yang terlihat adalah bagaimana remaja indonesia meniru berbagai apa saja yang dilakukan dan dikenakan oleh idolanya salah satunya *K-POP* (Budi suyanto, 2021)

K-POP atau sering disebut Popular Korea Selatan merupakan aliran genre musik pop yang berasal dari Negara Korea khususnya Korea Selatan. Menurut dalam Jung, *K-Pop* adalah produk pop yang diproduksi secara hibridisasi yang menggabungkan Timur dan Barat serta aspek budaya global dan lokal. Alasan utama hibridisasi budaya seperti strategis adalah untuk memenuhi keinginan kompleks berbagai kelompok konsumen, yang memaksimalkan keuntungan kapitalis. Yang termasuk dalam *K-POP* itu sendiri adalah semua jenis program musik mulai dari musik jenis band, Boyband atau kelompok vokal yang disertai dance, sampai Original Soundtrack film dan semua jenis musik lainnya. Layaknya stimuli dan respon, kemunculan *K-POP* yang fantastis tersebut tentu saja berbuntut pada kemunculan penggemar- penggemar yang sangat mengidolakan *K-POP*. *K-POP* merupakan stimulus yang diberikan oleh kelompok kapitalis dan kemudian

masyarakat sebagai penonton menjadi responden yang memberikan respon. Beberapa orang mungkin hanya menikmati saja, namun sebagian orang lagi memiliki antusias yang tinggi terhadap *K-POP* dan bahkan ada yang sangat tinggi. Sebagian orang mengaku sangat mengagumi akan datang ke setiap konser yang digelar dimana pun dan bahkan sebagai bentuk cinta kepada idolanya mereka rela membeli segala yang berhubungan dengan idolanya seperti pernak pernik, aksesoris, album bahkan hingga mengikuti tren *Fashion* yang dikenakan. (Huat Chua, 2008).

Fashion berasal dari bahasa Latin, *factio*, yang memiliki arti membuat atau melakukan. Karena itu, arti kata asli *fashion* mengacu pada kegiatan; *fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang, tidak seperti dewasa ini, yang memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. Polhemus dan Procter (Barnard, 2006) menunjukkan bahwa dalam masyarakat kontemporer Barat, istilah *fashion* sering digunakan sebagai sinonim dari istilah dandan, gaya dan busana.

Pada hakikatnya, sebagian besar *fashion* pada masa lalu berasal dari kalangan kelas atas dan mengalir ke kelas-kelas di bawahnya. Orang biasa selalu berharap meningkatkan posisi sosial mereka dengan mengikuti *fashion* orang-orang yang memiliki hak. Namun di masa sekarang *fashion* diminati dan tren oleh para selebriti bukan kaum bangsawan lagi. *Fashion* yang dianggap pantas bagi laki-laki dan perempuan telah berubah seiring perkembangan teknologi dengan memberikan manfaat yakni memberikan perlindungan terhadap pemakainya dari berbagai keadaan baik dari segi cuaca dan hal yang mengancam dari luar pemakainya.

Tidak dipungkiri dari setiap negara memiliki standar dan ciri khas akan gaya berpakaian. *Fashion* mempunyai hubungan yang erat dengan negaranya masing masing. Setiap negara mempunyai budaya berpakaian sendiri, pakaian dan dandanan atau perhiasan luar, juga dekorasi tubuh cenderung berbeda secara kultural. misalnya seperti yang diketahui adanya kimono di Jepang, penutup kepala afrika, payung Inggris, sarung Polynesia, dan ikat kepala Indian Amerika, korea selatan dengan Hanbok. pakaian atau *fashion item* tersebut tidak muncul begitu saja tetapi masing masing *fashion* item tersebut memiliki nilai budaya atau kultural yang mendeskripsikan negaranya masing masing (Ferdianto, 2017)

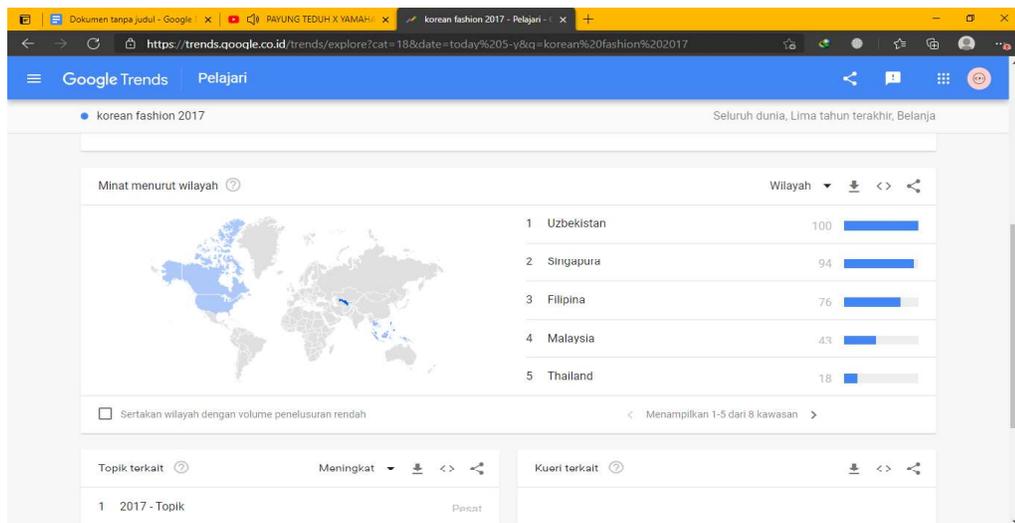
Sejarah *Fashion* di Indonesia sudah ada sejak tahun 700-1000 sebelum masehi. Kerajaan Sriwijaya (Palembang) juga sangat aktif untuk bertukar sumber daya alam dengan negara lain khususnya pada produk tekstil dan kain. Kemudian disuatu waktu tekstil dan kostum Indonesia sangat dipengaruhi oleh budaya Eropa dan tren kolonial Belanda. Kaum muda mudi lebih menyukai gaya barat sedangkan orang tua tetap menyukai kostum tradisional. Lalu sejak saat itu, *Fashion* Indonesia mulai melihat kemajuan dengan munculnya para desainer muda yaitu Iwan Tirta, Harry Dharsono, Prajudi, Poppy Dharsono dan Ramli yang membawa nama Indonesia ke *fashion* Internasional berkat kreativitas parade *fashion* mereka baik dalam negeri maupun luar negeri.

Di Tahun 1986, asal usul munculnya pakaian tradisional khas Indonesia mulai diketahui, yaitu desainer Iwan Tirta lah yang mulai mempopulerkan batik, sedangkan Prajudi memilih untuk mempopulerkan “ikat” dan desainer bernama Ghea memilih jumptan pelangi. Ketiga desainer itu terinspirasi dan lebih

mengedepankan tradisi yang unik di Indonesia. Saat periode itu, mereka terlibat dalam pameran internasional, pameran perdagangan, terutama di negeri mode terkemuka seperti Amerika Serikat, negara-negara Eropa dan Australia. Busana Indonesia menjadi tren di tahun 1990-an dikala isu-isu globalisasi dan perkembangan teknologi sarana canggih seperti internet, menolong para desainer untuk terhubung kabar menyangkut perkembangan dunia *Fashion*. Lalu saat tahun 2000-an nama-nama baru lebih memperkaya deretan panjang desainer berbakat Indonesia yg mempunyai karakteristik tersendiri dan gaya independen seperti Adrian Gan, Obin, Kiata Kwanda, Sally Koeswanto, Tri Handoko dan Irsan. Sementara lain nya membuat desain gaya barat, Edward Hutabarat dan Anne Avantie mendedikasikan kreasi mereka dengan mendesain kostum tradisional “Blus Kebaya” (Triyanto, 2014).

Kemudian di tahun 2010, tren *Fashion* di Indonesia mulai didominasi oleh tren *Fashion* negara luar khususnya Korea Selatan. Dimana para remaja mulai meniru gaya berpakaian para boyband dan girl band Korea yang sering mengenakan pakaian serba minim yakni seperti tanktop dan hotpants sehingga ini tentunya dapat merusak generasi Indonesia. Seperti diketahui, gaya berbusana yang minim memang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dianut di Indonesia. Di Indonesia, budaya Korea berkembang pesat terdiri dari beberapa aspek seperti drama, *Fashion*, food, dan *K-Pop*. *Fashion* yang berkembang di Indonesia pun tidak luput dari pengaruh grup musik *K-POP*. Gaya busana ala Korea yang grup musik *K-Pop* kenakan banyak diikuti oleh anak muda Indonesia (Junior, 2021).

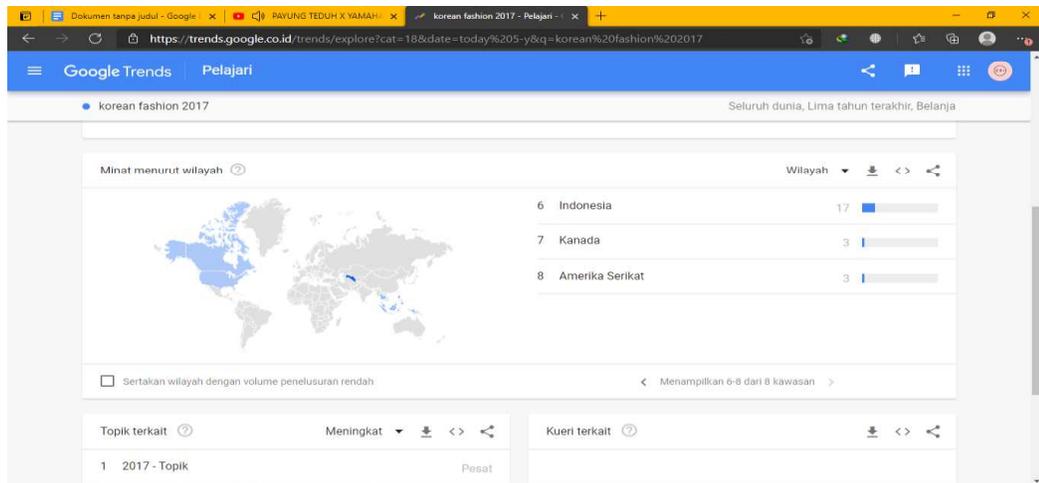
Tidak hanya di Indonesia, *trend Korean Fashion* pun meluas hingga ke beberapa penjuru dunia. Di Tahun 1980, Korea terbukti telah menjadi landmark dalam sejarah mode negara. Pada tahun 1994 seperti yang digambarkan dalam drama *reply 1994* dan *reply 1997*, di tahun ini telah muncul fase baru untuk pop culture atau yang sekarang lebih dikenal dengan *K-Pop* (Korean Pop). Di Tahun 2000, dimana korean wave untuk pertama kali nya muncul dengan drama, musik dan olahraga sebagai medianya. Media tersebutlah yang memberikan dampak besar untuk *Fashion* di Korea Selatan. Kemudian di tahun selanjutnya hingga 2010, *K-pop* berhasil menembus pasar internasional.



Gambar 1. 1 Hasil Google Tren pada Koran Fashion 2017

Sumber: [https://trends.google.co.id/trends/explore?cat=18&date=today-5-y&q=korean Fashion 2017](https://trends.google.co.id/trends/explore?cat=18&date=today-5-y&q=korean%20fashion%202017)

(diakses pada 3 april 2021)



Gambar 1. 2 Hasil Google Tren pada Koran Fashion 2021

Sumber: [https://trends.google.co.id/trends/explore?cat=18&date=today-5-y&q=korean Fashion 2021](https://trends.google.co.id/trends/explore?cat=18&date=today-5-y&q=korean%20fashion%202017)
(diakses pada 3 april 2021)

Gambar yang tertera diatas adalah gambar yang diperoleh dari google trends. Berdasarkan data yang diperoleh dari google trends, bahwa ada banyak sekali negara yang tertarik untuk melakukan pencarian mengenai *Fashion* Korea (Trend, 2021)

Seperti yang sudah dijelaskan diatas, pada tahun 2019 *Fashion* Korea tidak hanya mendistribusikan produk *Fashion* nya hanya di Korea saja tetapi berhasil menembus pasar Internasional. Hal ini dibuktikan dengan adanya grafik ekspor produk Korea ke mancanegara yang didominasi oleh *Fashion* (Han-na, 2022).



Gambar 1. 3 Ekspor impor produk korea ke Indonesia

Sumber: www.koreaherald.com/view.php?ud=20160217001061
(Diakses pada 3 april 2022)

Tidak hanya itu, terdapat juga sebuah data mengenai detail impor produk Korea Selatan ke Indonesia yang dapat membuktikan bahwa peminat Korean *Fashion* di Indonesia sangat lah banyak. Data ini lah yang memperkuat masalah atau fenomena yang terjadi di Indonesia yaitu bahwa sudah banyak peminat dan pengguna *Fashion* Korea Selatan di Indonesia.

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Deddy Mulyana diatas bahwa setiap negara memiliki pakaian khas negara masing-masing. Hal itu berarti pakaian yang dikenakan oleh masyarakat dari negara itu sendiri maupun dari negara lain akan dengan mudah dideskripsikan oleh orang awam dari mana asal usul pakaian tersebut. Sebagai contoh jika seseorang berwarga negara Korea Selatan atau negara lain mengenakan hanbok atau *K-Pop* style maka secara tidak langsung mereka yang mengenakannya akan mempresentasikan diri mereka kepada orang lain dan besar kemungkinan orang awam yang melihatnya akan berpikiran bahwa orang yang mengenakan pakaian tersebut adalah orang Korea Selatan. Hal ini disebutkan juga oleh Malcolm Barnard bahwa *Fashion*, pakaian dan busana sebagai fenomena

akulturasi budaya budaya sehingga dinyatakan bahwa pakaian itu membuat pernyataan (Ginari, 2012)

Oleh karena itu, identitas sangat berhubungan erat dengan adanya fenomena tersebut yang sedang terjadi di Indonesia. Setiap atau masing-masing manusia memiliki identitas. (Mahdalena, 2017)

Identitas sebagai suatu ke sadaran akan kesatuan dan kesinambungan pribadi, suatu kesatuan unik yang memelihara kesinambungan arti masa lampunya sendiri bagi diri sendiri dan orang lain; kesatuan dan kesinambungan yang mengintegrasikan semua gambaran diri, baik yang diterima dari orang lain maupun yang diimajinasikan sendiri tentang apa dan siapa dirinya serta apa yang dapat dibuatnya dalam hubungan dengan diri sendiri dan orang lain.

Berdasarkan macamnya melihat kategorisasi yang dilakukan individu dan melekatkan juga nilai-nilai di dalamnya pada kelompoknya dalam menilai kelompok lain. Kategorisasi itu meliputi nilai nilai, norma, bahasa, cara berpakaian dan meyakini kepercayaan. Melihat dari perkembangan oembentuk identitas saat ini yang dapat di nilai secara langsung dengan mata telanjang yakni bagaimana cara budaya berpakaian suatu individu atau kelompok (Tiffany, 2021)

Oleh karena itu timbulah pemikiran bahwa seseorang yang mencintai budaya negara mereka sendiri harusnya lebih mengutamakan untuk mengenakan gaya berpakaian yang melihatkan sisi negara mereka akan tetapi kenyataan yang terjadi dikalangan masyarakat saat ini khusus nya remaja sangatlah bertolak belakang. Remaja masa kini lebih cenderung menyukai hal-hal yang berasal dari negara luar baik itu musik, makanan maupun gaya berpakaian. Hal ini dibuktikan

dengan munculnya satu artikel yang membahas hal tersebut. Dalam artikel tersebut dijelaskan mengenai keadaan remaja Indonesia masa kini yang lebih mengutamakan budaya luar dari pada budaya Indonesia khususnya dari segi berpakaian padahal seharusnya remaja Indonesia harus lebih bisa memprioritaskan budaya mereka sendiri daripada budaya milik orang lain

Dangdut merupakan suatu onomatopoeia antara hentakan kendang (dang) dan liukan (dut), dan hal tersebut menjadi ciri khas dari jenis musik itu sendiri. Dangdut dimaksudkan sebagai kata cemoohan atau kata ejekan bagi Orkes Melayu dengan gaya hindustan yang mengikuti suara tabla dengan cara menyembunyikan suara tertentu sehingga terdengar “dangduuuut” (Luaylik & Khusyairi, 2012).

Dangdut sudah dikenal atau digunakan sejak tahun 1960. Pada awalnya lagu Dangdut diidentikkan sebagai jenis musik santun, dan sempat dianggap sebagai antithesis untuk melawan musik rock yang seringkali dituding liar. Bahkan, Dangdut pernah menjadi media yang cukup efektif untuk berdakwah, menebarkan nilai-nilai keagamaan, khususnya ajaran Islam. Akar lahirnya Dangdut di Indonesia disebut-sebut mulai muncul pada dekade 1940-an, bermula dari musik Melayu yang cukup populer di Indonesia bagian barat. Kala itu, belum lahir istilah Dangdut, orang-orang menyebutnya dengan nama musik Melayu Deli. Ciri khas musik Melayu Deli ini adalah aspek perkusinya, terutama tingkahan bunyi kendang. Selain itu, unsur penting lainnya di dalam musik Melayu Deli adalah adanya akordion dan biola yang dimainkan oleh sejumlah pemain. Dan Dangdut berkembang sangat pesat dan khususnya di Jawa Timur sendiri memiliki jenis dangdut yang unik yakni Dangdut Koplo (Raditya, 2021)

Dangdut koplo sesungguhnya merupakan mutasi dari dangdut setelah bersinarnya era "congdut" (dangdut campursari) yang memang kental dengan irama tradisionalnya, terutama irama kendang kempulnya yang berasal dari daerah Banyuwangi. Pada dekade 70-an lah musik jenis dangdut sebagai revolusi dari musik melayu mulai mendapatkan tempatnya di masyarakat, khususnya di tanah Jawa. Dari tahun ke tahun, musik dangdut semakin dikenal walaupun mulai bermetamorfosis menjadi dangdut yang lebih modern, sebut saja rock dangdut, pop dangdut, hingga disco dangdut. Kemudian tahun 2000-an mencuatlah sebuah sub genre dari dangdut itu sendiri yang disebut sebagai dangdut koplo. Di wilayah pantura, baik nelayan maupun supir-supir bis dan truk lintas panturalah yang menjadi penikmat setia musik ini. Kini, dangdut koplo seperti mencapai puncak kejayaannya dengan menghadirkan musik yang lebih segar dengan menonjolkan sisi penyanyinya yang cantik, namun jauh dari kesan erotis (Abdul Hadi, 2021)

Dalam hal ini kita bisa melihat bagaimana budaya dangdut koplo sangat berkembang pesat di daerah Jawa khususnya pada provinsi Jawa Timur, dangdut koplo dipandang sebagai produk musik dangdut Indonesia. Berhubungan dengan berbagai aspek yang diketahui budaya terus berkembang dan memiliki keunikan tersendiri di berbagai wilayah. Oleh karena itu, melihat dari perkembangan pada dangdut tersebut dampak yang dirasakan saat ini pada dangdut khususnya dangdut koplo, penyanyi atau biduannya mengenakan atribut *fashion* yang berbeda dengan penyanyi dangdut pada umumnya. Dapat dilihat penyanyi dangdut saat ini ingin membentuk identitas dengan mengenakan *Fashion* yang berbeda. *Fashion* atau atribut pakaian yang dikenakan oleh penyanyi dangdut saat ini mengakulturasi

budaya dari budaya *Fashion K-Pop*. *Fashion K-Pop* menjadi trend tersendiri di era sekarang karena memiliki pengaruh yang sangat besar bagi penggunannya. Dilihat dari cara berpakaian pada *fashion K-Pop* yang terlihat simple namun tetap menarik perhatian bagi sebagian orang melihatnya. Dengan adanya fenomena tersebut terjadinya pertemuan dua budaya sangat akan bisa terjadi karena pesatnya sistem informasi di era sekarang. Sistem Informasi (media sosial) menjadi media untuk terjadi pertukaran informasi dan dapat terjadinya interaksi sosial yang luas sehingga akan mungkin untuk mengenal budaya satu dengan yang lain. Hal tersebut menunjukkan interaksi sosial yang berbicara tentang budaya sehingga budaya tersebut dapat mengakulturasi budaya budaya lain dan bisa dikatakan sebagai fenomena dari bagian Komunikasi Antar Budaya.

Berdasarkan uraian diatas, Bagaimana Penelitian STUDI NETNOGRAFI TERHADAP AKULTURASI FASHION K-POP MEMBENTUK IDENTITAS BARU DALAM BUDAYA DANGDUT KOPLO ini dibuat untuk mengetahui bagaimana Bagaimana konstruksi fenomena *K-POP* dalam pembentukan identitas *Fashion* penyanyi dangdut koplo. Penelitian ini berfokus pada bagaimana penyanyi dangdut koplo membawakan dan mengenalkan Budaya *fashion K-Pop* saat penampilannya di atas panggung maupun pada karyanya, sehingga terbentuknya identitas baru pada penyanyi dangdut koplo yang dikenal luas masyarakat.

Adanya penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana adanya akulturasi budaya budaya terhadap *fashion* dangdut koplo saat ini. Hal ini terjadi karena adanya potensi yang ditonjolkan pada penyanyi dangdut koplo saat ini terkait dengan bagaimana penyanyi dangdut memberikan tampilan *fashion* yang

berbeda pada umumnya dangdut mengenakan atribut. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan industri musik lokal dapat memberikan atau menciptakan budaya baru pada dangdut yakni bisa menciptakan girlband dangdut.

Mendapatkan gambaran serta informasi mengenai bagaimana para penyanyi dangdut yang menggunakan fashion K-pop berupaya untuk menampilkan identitas baru yang memadukan identitas budaya keduanya. Penelitian ini tak hanya bermanfaat bagi Industri musik lokal untuk memberikan atau menciptakan genre dan grup musik girlband dangdut, namun hal ini juga dapat memberikan manfaat untuk menilai bagaimana dangdut koplo dapat dipandang sebagai musik yang memiliki kelas tersendiri bukan hanya di kalangan kelas menengah kebawah dengan adanya akulturasi budaya budaya yang ditampilkan oleh penyanyi dangdut koplo hal ini bisa mendongkrak kelas dangdut lebih meningkat nilai dan kelasnya dan bisa dinikmati oleh segala pihak.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana *Fashion K-Pop* membentuk identitas baru dalam budaya dangdut koplo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat Bagaimana *Fashion K-Pop* membentuk identitas baru dalam budaya dangdut koplo

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis Peneliti

Berharap penelitian ini dapat membantu untuk menjelaskan Bagaimana *Fashion K-Pop* membentuk identitas baru dalam budaya dangdut koplo saat ini, Baik dari segi perubahan karakteristik pakaian yang ada dalam suatu budaya dan dapat di komunikasikan sebagai acuan penentu pakaian.

1.4.2 Manfaat Praktis

Temuan dari peneliti diharapkan dapat menjadikan masukan berharga dalam menjelaskan suatu fenomena budaya yang ada dilingkungan sekitar. Sehingga dapat membantu melihat perubahan-perubahan yang terjadi secara berkala dengan adanya budaya asing yang sedang tren saat ini.