



**FASHION SEBAGAI WUJUD IDENTITAS REMAJA JEPANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana



oleh

**Fraditia Anggreini**

**04110090**

**SASTRA JEPANG STRATA 1**  
**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**2008**

FAKULTAS SASTRA  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA

---

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi Sarjana Yang Berjudul:  
FASHION SEBAGAI WUJUD IDENTITAS REMAJA JEPANG

Telah diuji dan diterima baik pada"

Hari / Tanggal: Selasa / 5 Agustus 2008

Dihadapan Panitia Ujian Skripsi Sarjana Fakultas Sastra Jurusan Jepang

Ketua Panitia / Penguji



Syamsul Bahri, S.S

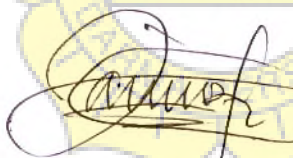
Pembimbing I



Tia Martia, M.Si



Pembimbing II



Zainur Fitri, S.S

Disahkan Oleh


DEKAN Fakultas Sastra



Dr. Hj. Albertine Minderop, M.A

Ketua Jurusan

Bahasa dan Sastra Jepang



Syamsul Bahri, S.S

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang telah memberikan berkat dan anugerah yang tiada hentinya kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Tia Martia, M.Si selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu penulis dengan berbagai ide, arahan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Zainur, S.S selaku Pembimbing II yang telah memberikan kritikan serta saran dalam pembuatan skripsi ini.
3. Bapak Samsul Bahri, S.S selaku Ketua Jurusan Sastra Jepang dan Ketua Panitia / Penguji.
4. Ibu Dr. Hj. Albertine Minderop, M.A selaku DEKAN Fakultas Sastra.
5. Rini Widiarti Sensei selaku Pembimbing Akademik selama penulis melakukan studi di Sastra Jepang.
6. Para dosen di Universitas Darma Persada, terutama Morita Sensei yang telah memberikan masukannya dalam pembuatan skripsi, dan Marangkey Sensei yang telah memberikan semangat belajar dan inspirasi kepada penulis.
7. Keluarga tercinta, yaitu Mama, Papa, serta Adik Insan yang tanpa henti memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
8. Pepi, tunanganku, yang selalu membantu, memberi dukungan, menyemangati, dan memberikan bimbingan serta arahan selama penulis memulai studi di Sastra Jepang.
9. Sahabat-sahabatku, Indri dan Irma yang selalu mendukung dan menemani penulis dari masa playgroup hingga sekarang.
10. Teman-teman seperjuangan, terutama Trisa, Adex Dian, Ishal, Ivana, Brian, Stanly, Awi, serta teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

11. Sayaka yang dengan tulus menemani dan memberikan masukan serta ide kepada penulis.
12. Mba Tyaz, yang selalu merekomendasikan drama dan anime baru yang memberikan inspirasi kepada penulis.
13. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu penulis selama proses pembuatan skripsi ini.

Mohon maaf yang sebesar-besarnya, karena penulis menyadari sepenuhnya akan ketidaksempurnaan yang mungkin dijumpai pada skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan gambaran yang cukup bermanfaat bagi semua pihak yang tertarik akan *fashion* remaja di Jepang, khususnya *fashion* remaja di Harajuku.

Jakarta, 9 Agustus 2008

Fraditia Anggreini





## ABSTRAK

Nama : Fraditia Anggreini  
Program studi : Sastra Jepang S-1  
Judul : *Fashion* sebagai Wujud Identitas Remaja Jepang

Penelitian ini mencoba memahami mengenai kebudayaan populer *fashion* dan subkulturnya yang disenangi remaja Jepang, khususnya remaja di Harajuku. Remaja Jepang adalah remaja yang menyenangi identitas kebebasan dan kebaruan dalam segala hal yang menyangkut dirinya dan hubungannya di dalam kelompok.

Teori strukturalisme dan wacana sebagai bagian dari pelaksanaan penelitian dijadikan landasan analisa. Media sebagai salah satu pemegang peran penting dalam menciptakan dan menyampaikan wacana untuk menolak dominasi budaya *fashion* yang tengah terjadi di kalangan kelompok remaja yang mengatasnamakan subkultur, adalah termasuk ke dalam pembahasan penelitian.

Remaja Jepang yang sedang mencari identitas kebebasan dan kebaruan, memiliki hasrat untuk menjadi sesuatu yang diinginkan, kemudian merawatnya sehingga tercapai pemahaman kebebasan yang diinginkan. Kebebasan dalam mencari identitas ditampilkan melalui *fashion* yang dianggap sesuai dengan keinginan remaja itu sendiri.

*Ura-hara* menjadi pembahasan utama dalam penelitian ini. *Ura-hara* merupakan salah satu dari sekian banyak subkultur *fashion* yang ada di Harajuku yang kemudian muncul ke permukaan, sebagai bagian dari *Street Fashion*.

## ABSTRAK

### 卒業論文

「ファッションは若者たちの身元を明かすように」  
日本語学科、フラディティア、アングレーニ

この論文は大衆文化を詳しく理解ように、特に日本の若者たちに好みがあることである。

日本の若者たちとファッションの関係をみつけるように、レヴィーストロースの構造主義方法で研究をする。

マスコミの影響をうけて、日本の若者たちが自分のファッションという世界をつくる。

日本の若者たちは自分の身元を自由に探したいので、いろんなことを実験する。例えば、マガジンにある新作を着てみる。

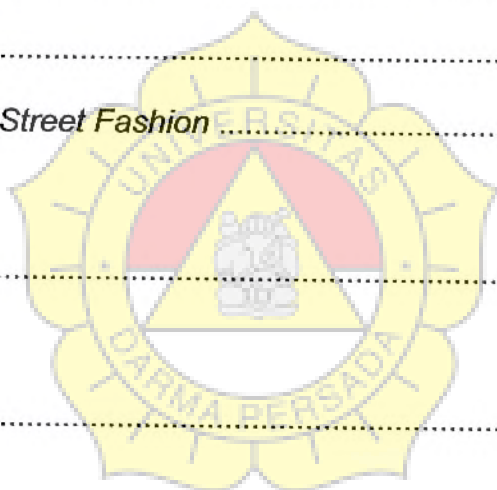
その一つは原宿に「street-系」をこの論文にピントを合わせて、「ウラハラ」という下位文化のファッションの流行について述べる。

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK BAHASA JEPANG</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>1. BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	5
1.3 Hipotesa Penelitian .....	5
1.4 Landasan Teori .....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.7 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.8 Metode Penelitian .....	8
1.9 Sistematika Penulisan .....	8
<b>2. BAB 2 KERANGKA TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1 Budaya Populer dan Budaya Populer Jepang .....	10
2.2 <i>Fashion</i> Sebagai Gaya Hidup Visual .....	12
2.3 Remaja .....	14
2.4 Remaja Jepang .....	15
2.5 Strukturalisme Claude Levi-Strauss .....	19



<b>3. BAB 3 <i>Fashion</i> Sebagai Wujud Identitas Remaja Jepang .....</b>	<b>21</b>
3.1 <i>Fashion</i> Jepang .....	21
3.1.1 Perkembangan <i>Yofuku</i> di Jepang .....	21
3.1.2 <i>Fashion</i> Harajuku .....	26
3.2 <i>Fashion</i> Jepang Sebagai Identitas Subkultur .....	28
3.3 Subkultur <i>Fashion</i> di Harajuku .....	30
<b>4. BAB 4 ANALISA SUBKULTUR <i>STREET FASHION</i> MELALUI</b>	
<b>STRUKTURALISME CLAUDE LEVI-STRAUSS .....</b>	<b>35</b>
4.1 Subkultur <i>Street Fashion</i> .....	35
4.2 <i>Brand Ura-hara</i> .....	42
4.3 Strukturalisme dalam <i>Street Fashion</i> .....	45
<b>5. BAB 5 KESIMPULAN .....</b>	<b>48</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>viii</b>
<b>LAMPIRAN GAMBAR .....</b>	<b>52</b>





## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kebudayaan atau kultur adalah konsep yang telah sangat tua. Konsep ini terus mengalami perubahan dan perkembangan yang disesuaikan dengan kepentingan zaman. Konsep budaya populer misalnya, adalah konsep yang menjelaskan bahwa kebudayaan tak bisa lepas dari reproduksi massal yang dilakukan lewat industri.<sup>1</sup> Tidak terkecuali industri *fashion* yang juga merupakan bagian dari budaya populer. *Fashion* adalah istilah yang biasanya dikaitkan dan digunakan untuk mewujudkan identitas pada individu pemakainya. Aplikasi dari *fashion* tidak berlaku secara universal. Konsep dari *fashion* itu sendiri mengalami perubahan yang lebih cepat dibandingkan dengan kebudayaan itu sendiri.<sup>2</sup>

*Fashion* sebagai suatu ladang industri artinya berbicara tentang beragam produk komersil yang menjadi atau dijadikan *trend*. *Trend fashion* yang terus menerus berubah menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi

<sup>1</sup> Ignatius Haryanto, *Aku Selebriti Maka Aku Penting*, 108.

<sup>2</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/Fashion>

sebagian besar remaja yang mengekspresikan dirinya melalui *fashion*. Remaja dalam hal ini merupakan konsumen baru yang aktif melakukan kegiatan konsumsi sebagai bagian dari usaha melakukan pencarian identitas diri.<sup>3</sup> Makna yang dicari oleh remaja diasosiasikan dengan kebebasan dan identitas diri. Dengan mengkonsumsi barang-barang tertentu, remaja merasakan kebebasan untuk membeli dan memiliki barang-barang itu sendiri. Dengan berkonsumsi secara aktif, remaja juga mengekspresikan jati dirinya sebagai individu dan sebagai bagian dari kelompoknya. Mengkonsumsi barang-barang atau komoditas-komoditas yang sama dengan anggota kelompoknya yang lain dianggap oleh remaja sebagai alat untuk memperkuat identitas diri di dalam kelompoknya. Hal seperti ini terutama sekali dapat dilihat melalui gaya hidup kaum remaja perkotaan.

Gaya hidup dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Cara berpakaian, konsumsi makanan, termasuk penggunaan zat-zat adiktif, cara kerja, dan bagaimana seorang

---

<sup>3</sup> Merry White, *The Material Child: Coming of Age in Japan and America*, 123-127.

individu mengisi kesehariannya, merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup.

Eksistensi sebagai `seseorang` wajarnya ditampilkan melalui *fashion* yang sedang *trend* dalam suatu kelompok remaja di Jepang. Remaja Jepang khususnya, merupakan konsumen yang begitu rumit dan sensitif terhadap *fashion*. Industri dan media massa menggunakan *fashion* sebagai komoditas yang kemudian membentuk gaya hidup remaja yang diterima oleh remaja tidak secara pasif. Karena individu remaja Jepang dikenal dengan sifatnya yang berkelompok maka secara langsung identitas kelompok memberikan pengaruh pada identitas diri, terutama pada cara berpakaian dan gaya hidup.<sup>4</sup>

Bermula di pertengahan tahun 1980-an, gairah *fashion* remaja Jepang mulai berubah ke arah yang lebih bebas seperti yang terjadi di Eropa, namun latar belakang kebebasan berekspresi dalam *fashion* di Jepang dan Eropa berbeda. Jika kebrutalan, kekerasan, pemberontakan, dan vulgar merupakan inti dari sebagian kebebasan berekspresi dalam *fashion* yang terjadi di Eropa, maka di Jepang *fashion* merupakan seni,

---

<sup>4</sup> Keet, *Tokyo Look Book*, 8.



gaya hidup, kesenangan, eksklusifitas, dan beberapa di antaranya menghabiskan banyak uang. Membeli baju, aksesoris, musik favorit dan *hang out* bersama teman sebaya merupakan hal yang menyenangkan dan merupakan bagian dari *fashion* dan gaya hidup.<sup>5</sup>

Tokyo adalah pusat penyebaran kebudayaan remaja di Jepang dan salah satu pusat mode dunia. Terdapat suatu daerah bernama *hokoten* (*pedestrian paradise*) di Harajuku, tempat remaja dengan *fashion* yang cenderung ekstrem berkumpul untuk *hang out*<sup>6</sup> atau berbelanja. Hokoten dikenal sebagai salah satu tempat yang melahirkan berbagai jenis subkultur. Subkultur ini dibentuk melalui *fashion* yang bentuk awalnya tidak memerlukan pelaku seperti media ataupun *trendsetter* untuk mengarahkan, dan dikenal dengan nama *Ura-hara*. *Ura-hara* adalah *fashion* komersil yang menitikberatkan pada sisi urban, atau bentuk *fashion* yang tidak memerlukan arahan dari majalah, merek, dan iklan, akan tetapi menyebar di kalangan remaja dari mulut ke mulut. Atau lebih jelasnya dapat dilihat pada kutipan berikut:

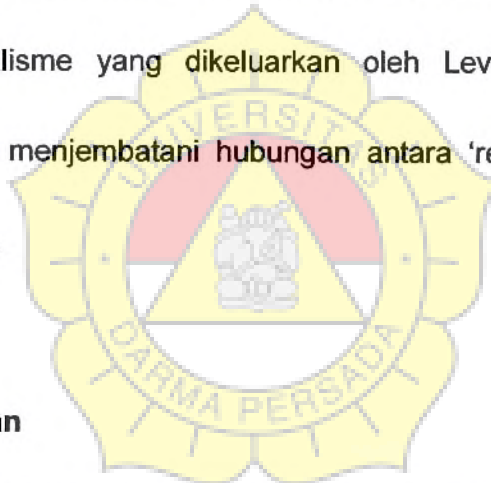
---

<sup>5</sup> Keet, *Tokyo Look Book*, 150.

<sup>6</sup> Berkumpul bersama teman-teman.

*So what is street fashion? The phrase is sometime used to refer to more commercial fashions that have a hard urban edge to them, or for fashion that does not to take a lead from magazines, brands, and advertising, but springs up among youngsters 'on the street' (Keet 110).*

Kemudian makna identitas utama yang diusung oleh *street fashion*<sup>7</sup> adalah kebebasan, yang dekat dengan makna identitas bagi remaja. Remaja menginginkan kebebasan dan kebebasan itu dapat diperoleh melalui kebebasan memilih *fashion*. Jika dihubungkan dengan konsep strukturalisme yang dikeluarkan oleh Levi-Strauss, 'identitas' adalah hal yang menjembatani hubungan antara 'remaja' dan '*fashion*' remaja di Jepang.



## **1.2 Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan masalah dalam penelitian ini adalah identitas remaja dan hubungannya dengan kebebasan melalui *fashion*.

## **1.3 Hipotesa Penelitian**

---

<sup>7</sup> Remaja yang melakukan aktifitas fashion di jalan-jalan seputar Harajuku.

Dengan penelitian ini penulis mencoba mencari hubungan antara terbentuknya identitas remaja Jepang melalui *fashion* adalah terbukti benar.

#### 1.4 Landasan Teori

Berkaitan dengan fenomena *fashion*, remaja adalah golongan yang paling mudah menerima perubahan gaya hidup, yang biasanya mempengaruhi tingkah laku dan penampilan dalam upaya pencarian identitas. Konsep remaja atau anak muda tidak memiliki makna universal. Masa muda sebagai rentang usia tidak memiliki karakteristik yang utuh. Remaja adalah konsep yang ambigu, akan lebih tepat untuk melihatnya sebagai sekumpulan klasifikasi kultural yang kompleks dan terus bergeser yang dicirikan oleh adanya perbedaan dan keragaman. Sebagai konstruksi sosial, remaja memiliki makna yang berbeda-beda untuk tiap ruang dan waktu yang berbeda-beda.<sup>8</sup>

Landasan teori utama yang akan digunakan dalam menganalisa remaja dalam hubungannya dengan *fashion* adalah konsep strukturalisme

---

<sup>8</sup> Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktik*, 424-425.



milik Strauss. Berdasarkan konsep strukturalisme yang dikemukakan Claude Levi-Strauss, "hubungan antar hal" mendahului kepentingan dari "hal" atau dalam penelitian ini "identitas" yang dicari oleh remaja berlaku sebagai hubungan antar hal, dan "*fashion*" adalah hal. Identitas dirasakan lebih penting ketimbang *fashion* itu sendiri. Strukturalisme seperti apa yang terjadi pada remaja Jepang, identitas, dan *fashion* dianalisa melalui pendekatan Claude Levi-Strauss.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah lebih dalam mengenai budaya populer dalam kajian *fashion* sebagai identitas remaja Jepang.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara langsung ataupun tidak langsung kepada seluruh praktisi budaya, khususnya budaya Jepang, dan khalayak umum yang tertarik untuk mempelajari, mengetahui, dan atau sekadar menginginkan informasi mengenai *fashion* remaja Jepang di Tokyo.

## 1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dibatasi pada fenomena yang terjadi dari tahun 1990an sampai pertengahan tahun 2008 pada remaja di wilayah Harajuku, Tokyo, dengan alasan Harajuku sebagai tempat yang identik dengan *street fashion* remaja Jepang itu sendiri.

## 1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian kualitatif melalui pendekatan analisis deskriptif. Sumber data utama yang digunakan adalah sumber tertulis seperti buku, artikel, majalah, serta bahan-bahan penunjang lain dari internet dan film serta drama televisi.

## 1.9 Sistematika Penulisan

Bab I: menjelaskan tentang latar belakang masalah, permasalahan, hipotesa penelitian, landasan teori, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

Bab II: membahas tentang budaya populer dan budaya populer Jepang, *fashion* sebagai gaya hidup visual, remaja, remaja Jepang, serta strukturalisme Claude Levi-Strauss.

Bab III: membahas tentang *fashion* Jepang, *fashion* sebagai identitas subkultur, subkultur *fashion* di Harajuku.

Bab IV: membahas tentang subkultur *Street Fashion*, brand *Ura-Hara*, strukturalisme dalam *Street Fashion*.

Bab V: menyimpulkan pokok-pokok permasalahan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya.

