

PENGARUH TREND GYARU PADA REMAJA PUTRI DI TOKYO

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Sastra



MARIA SISILIA AYU HUWA

07110062

FAKULTAS SASTRA JEPANG

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2012

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Sisilia Ayu Huwa
NIM : 2007110062
Fakultas / Jurusan : Sastra / Sastra Jepang
Judul Skripsi : Pengaruh Trend Gyaruru Terhadap Remaja Putri di
Tokyo

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah itu dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apabila kemudian hari diketahui tidak benar.

Jakarta, 29 Juli 2012

Yang Membuat Pernyataan

Maria Sisilia Ayu Huwa

HALAMAN PERSETUJUAN LAYAK UJI

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama: : Maria Sisilia Ayu Huwa
NIM : 2007110062
Program Studi : Sastra Jepang
Judul Skripsi : Pengaruh Trend Gyaruru Terhadap Remaja Putri di
Tokyo

Telah disetujui oleh pembimbing, pembaca, dan ketua jurusan Sastra Jepang untuk diajukan di hadapan dewan penguji pada hari rabu tanggal 1 Agustus 2012 pada Program Studi Jepang Fakultas Sastra, Universitas Darma Persada.

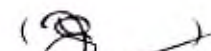
Pembimbing : Syamsul Bahri, SS, M.Si



Pembaca : Nani Dewi Sunengsih, SS, MPd



Ketua Sidang : Dra. Yuliasih Ibrahim



Ketua Jurusan : Hari Setiawan, SS, MA



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi sarjana yang berjudul:




PENGARUH TREND GYARU PADA REMAJA PUTRI DI TOKYO

Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 1 Agustus 2012


Oleh

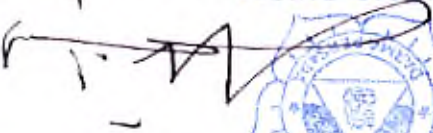

DEWAN PENGUJI

Yang terdiri dari:

- | | | |
|---------------|--------------------------------|---|
| Pembimbing | : Syamsul Bachri, SS, MSI |  |
| Pembaca | : Nani Dewi Sunengsih, SS, MPd |  |
| Ketua Penguji | : Dra. Yuliasih Ibrahim |  |

Disahkan pada hari Rabu, 1 Agustus 2012


Ketua Program Studi
Harti Setawan, SS, MA



Dekan Fakultas Sastra
Syamsul Bachri, SS, MSI


KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan begitu banyak berkat, kekuatan, kemudahan, dan kesabaran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sastra Program Studi Sastra Jepang pada Fakultas Sastra, Universitas Darma Persada.

Tugas akademik ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan, saran, dan usulan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan setulus hati yang paling dalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Syamsul Bahri, SS, M.Si, selaku dosen pembimbing dan dekan fakultas Sastra yang telah membimbing dan memberikan bantuan selama penulisan skripsi ini.
2. Ibu Nani Dewi Sunengsih, SS, MPd, selaku dosen pembaca.
3. Ibu Dra. Yuliasih Ibrahim, selaku dosen penguji dan ketua sidang.
4. Ibu Zainur Fitri, SS, selaku dosen pembimbing akademik.
5. Bapak Hari Setiawan, selaku Ketua Jurusan Program Studi Sastra Jepang.
6. Seluruh dosen pengajar program studi Sastra Jepang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Papa, mama, kakakku Bernard, adikku Loise yang sangat penulis sayangi. Terima kasih untuk segala dukungan dan kasih sayang yang telah kalian berikan. Terima kasih untuk setiap doa yang telah kalian sampaikan kepada Tuhan Yesus. Terima kasih juga untuk selalu mengingatkan agar tetap berdoa kepada Tuhan Yesus dalam keadaan

apapun dan jangan berputus asa. Kalian adalah berkat terindah dari Tuhan Yesus. I love you all so much.

8. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku Aria Chaniago, Brigita Ega, Caroline Nona, Nur Baiti, Rizky Gustafiyona, Yoppi Benhard, Yoni, Okky Marisa, Rista Apul, Lani Bunga, atas dukungan, bantuan dan semangat yang selalu kalian berikan kepada penulis. Secara khusus ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada sahabatku Magda Marcia “ Caca “ yang selalu menjadi tempat keluh kesah, yang selalu menjadi tempat penghiburan di saat penulis merasa sedih, yang selalu ada dalam suka duka selama penulisan skripsi ini, yang selalu memberikan saran dan nasehat, terima kasih untuk semua bantuannya Caca.
9. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Indah Tri Budi, Lynn Chandra, Astriana, Annisa Hayu, Blasius Marsis, Maria Renya, Anita, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan. Terima kasih untuk semua dukungan semangatnya.
10. Terima kasih untuk teman-teman dari UKM KMKU, TARADHIKA, dan TARUNG DERAJAT. Terima kasih untuk semua doa-doanya. Ayo kita latihan sama-sama lagi!.
11. Terima kasih untuk John William Brown, yang walaupun sangat jauh tetapi selalu mendoakan penulis, memberikan semangat, dan dukungan moril agar penulis terus bangkit dan terus berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini, untuk tidak pernah berhenti mendengarkan segala keluhan dan curahan hati penulis, selalu memberikan nasehat di saat penulis selalu merasa putus asa, serta membantu penulis dalam mengumpulkan bahan-bahan skripsi ini. You always say “ I know you can do it! “, and now I finished it. Thank you for all your support and your love, I love you very much.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan

saran yang membantu akan sangat penulis perhatikan. Besar harapan penulis agar penulisan skripsi ini bermanfaat di kemudian harinya.

Jakarta, Juli 2012

Maria Sisilia Ayu Huwa

概要

- 名前 : マリア シシリア アユ フワ
学科 : ダルマプルサダ大学文学部日本語学科
題名 : 東京の若い女性にたいするギャルトrendの影響

この論文は日本のギャル現象について話す。ギャルのトレンドは渋谷から生まれた。そして、日本の若い人に流行になった。そのトレンドは東京に大きな影響がある。得に東京の若い女性である。それはファッションやライフスタイルへの影響である。

キーワード : 若い人、ファッション、スタイル、渋谷ファッション、ギャル

ABSTRAK

NAMA : MARIA SISILIA AYU HUWA
PROGRAM STUDI : SASTRA JEPANG
SKRIPSI : PENGARUH TREND GYARU TERHADAP REMAJA
PUTRI DI TOKYO

Skripsi ini menjelaskan tentang fenomena gyaru yang ada di Jepang. Gyaru adalah trend yang lahir di Shibuya dan berkembang di antara anak muda di Jepang. Trend gyaru memberikan pengaruh yang besar terutama di kalangan remaja putri di Tokyo. Pengaruh yang diberikan itu adalah dalam hal fashion dan gaya hidup.

Kata kunci: anak muda, fashion, gaya, fashion Shibuya, gyaru

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN LAYAK UJI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
概要.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Metode Penelitian.....	10
1.7 Landasan Teori.....	10
1.7.1 Teori Pop Culture.....	10
1.7.2 Teori Youth Culture.....	11
1.7.3 Fashion.....	11
1.7.4 Budaya Konsumtif.....	13
1.8 Manfaat Penelitian.....	14
1.9 Sistematika Penulisan.....	14

BAB II TREND GYARU DI JEPANG.....	16
2.1 Awal Mula Gyaru.....	16
2.2 Jenis-Jenis Gyaru.....	19
2.2.1 Kogyaru.....	19
2.2.2 Ganguro.....	20
2.2.3 Yamanba.....	20
2.2.4 Kigurumin.....	21
2.2.5 B-gyaru.....	21
2.2.6 Ganjiro.....	22
2.2.7 Gal-mama.....	22
2.2.8 Banba.....	22
2.2.9 Ogyaru.....	22
2.2.10 Cocogyaru.....	23
2.2.11 Oneegyaru.....	23
2.2.12 Himegyaru.....	23
2.3 Ciri Khas Gyaru.....	24
2.3.1 Gyaru-moji.....	25
2.3.2 Parapara Dance.....	29
2.3.3 Handphone.....	29
2.3.4 Hibiscus.....	29

2.3.5	Loose Socks.....	29
2.3.6	Purikura.....	29
2.3.7	Chapatsu.....	30
2.3.8	Atsuzoko.....	30
BAB III PERKEMBANGAN TREND GYARU DAN		
	PENGARUHNYA.....	31
3.1	Analisis Perkembangan dan Pengaruh Trend Gyar.....	33
3.1.1	Analisis Berdasarkan Teori Pop Culture.....	33
3.1.2	Analisis Berdasarkan Teori Youth Culture.....	35
3.1.3	Pengaruh Fashion Gyar.....	36
3.1.4	Budaya Konsumtif.....	38
3.2	Dampak Positif dan Negatif Trend Gyar.....	40
3.2.1	Dampak Positif.....	40
3.2.2	Dampak Negatif.....	41
3.3	Enjo Kosai Sebagai Salah Satu Dampak Trend Gyar.....	41
3.3.1	Pengertian dan Latar Belakang Enjo Kosai.....	41
3.3.2	Faktor Munculnya Enjo Kosai Pada Gyar.....	42
BAB IV KESIMPULAN.....		45
DAFTAR PUSTAKA.....		46
GLOSSARIUM.....		49
LAMPIRAN.....		52

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebudayaan atau kultur adalah konsep yang sudah sangat tua. Konsep ini terus berubah dan berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Konsep budaya populer misalnya, adalah konsep yang menjelaskan bahwa kebudayaan tak bisa lepas dari reproduksi massal yang dilakukan lewat industri (Ignatius Haryanto, 2006 : 108), termasuk juga industri *fashion* yang 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 (<http://en.wikipedia.org/wiki/fashion>).

Masyarakat dan *fashion* adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan pada masa sekarang ini. *Fashion* menjadi bagian hidup dari masyarakat yang dikenal juga dengan sebutan *lifestyle* atau gaya hidup. Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut juga sebagai modernitas. Maksudnya adalah siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri (David Chaney, 2011 : 40). Selain itu gaya hidup juga dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. *Fashion* yang dipilih

seseorang dapat menunjukkan gaya hidup apa yang dipilih. *Fashion* atau mode yang dikenakan seseorang dapat mencerminkan penggunanya. Seseorang yang sangat *fashionable* secara tidak langsung menunjukkan bahwa ia adalah seseorang yang bergaya hidup modern dan selalu mengikuti trend yang ada.

Jika membahas tentang *fashion*, sepiantas-sepiantasnya berbicara tentang busana atau pakaian saja, dan jika berbicara tentang pakaian kita berbicara tentang sesuatu yang dekat dengan diri kita. Tetapi Polhemus dan Procter mengatakan bahwa dalam masyarakat kontemporer barat istilah *fashion* dapat digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya, dan busana (Malcolm Barnard, 1996 : 9). Sedangkan Malcolm Barnard dalam bukunya *Fashion Sebagai Komunikasi* menyatakan bahwa tidak semua *fashion* adalah pakaian atau busana. Beberapa *fashion* dapat terkait dengan perubahan warna dan bentuk tubuh, misalnya penggunaan tato atau tindik. Namun yang pasti semua *fashion* adalah "dandanan" (Malcolm Barnard, 1996 : 10-11).

Fashion atau mode dapat diartikan sebagai suatu bentuk atau gaya hidup seseorang yang diaplikasikan dalam mengenakan pakaian atau penggunaan aksesoris sehingga menciptakan karakter bagi si pemakai. Mode atau *fashion* juga dapat diartikan sebagai gaya berpakaian (tetapi juga dapat termasuk masakan, bahasa, seni, arsitektur) yang populer dalam suatu budaya (<http://id.wikipedia.org/wiki/mode>).

Trend *fashion* yang ada di masyarakat pada saat ini terus mengalami perubahan seiring perkembangan zaman, dan perubahan itu tidak hanya menyangkut dalam hal berpakaian saja tetapi juga termasuk aksesoris, pewarnaan rambut, pewarnaan kulit, bahkan perubahan bentuk tubuh. *Fashion* berkembang sangat pesat tidak hanya di negara-negara Eropa saja tetapi juga berkembang di Amerika dan Asia. *Fashion* mempengaruhi banyak orang, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Melalui *fashion* seseorang dapat mengekspresikan dirinya

dan dengan *fashion* seseorang dapat menimbulkan kepercayaan diri dalam dirinya, dan remaja adalah kelompok yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan *fashion* yang ada.

Saat ini budaya kaum muda *urban* sangat mempengaruhi remaja misalnya dalam majalah, program televisi, iklan, musik, termasuk *fashion*. Budaya kaum muda urban mewakili berbagai industri dimana perkembangan dan pengaruhnya terus meningkat dari tahun ke tahun. Kehidupan remaja perkotaan erat kaitannya dengan hidup modern yang berkaitan dengan pengkonsumsian produk *fashion* dan dilakukan untuk mengekspresikan diri sebagai remaja yang trendi dan modern. Hal ini berlaku di negara mana pun termasuk Jepang. Berkaitan dengan hal tersebut remaja cenderung untuk mengikuti perkembangan *fashion* yang sedang trend. Globalisasi atas gaya hidup yang modern ini tidak terlepas dari pengaruh modernisasi dan perkembangan teknologi serta peran media massa. Segala perubahan yang terjadi di masyarakat memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan remaja, dan perubahan itu sendiri merupakan suatu fenomena yang tidak dapat dihindari. Kehidupan remaja sebagai anggota masyarakat selalu berhubungan erat dengan *fashion*. Jika berhubungan dengan anggota kelompok lainnya di masyarakat, maka remaja adalah kelompok yang sangat cepat beradaptasi dengan *fashion*. Bahkan *fashion* menjadi bagian yang penting dalam kehidupan remaja.

Menurut Steven Miles, pengkonsumsian produk *fashion* yang dilakukan oleh remaja juga berkaitan dengan pembentukan jati diri (Miles, 1998 : 104). Dengan membeli produk *fashion* tertentu , remaja telah menjadi bagian dari sesuatu hal. *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 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 (Mary White, 1993 : 123-127). 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 mengkonsumsi secara aktif, remaja juga mengekspresikan jati dirinya sebagai individu dan sebagai bagian dari kelompoknya. Mengkonsumsi barang-barang atau komoditas yang sama dengan anggota kelompoknya yang lain dianggap oleh remaja sebagai alat untuk memperkuat identitas diri di dalam kelompoknya. Mereka merasa bahwa sepertinya mereka masuk ke dalam suatu mini *sub culture* dari konsumsi tersebut, seperti masuk ke dalam komunitas *peer group*. Sementara itu di lain pihak mereka juga merasa bahwa mereka dapat mengekspresikan rasa individualitas mereka misalnya dengan memakai baju dengan warna berbeda dibanding kelompoknya. Masalah penampilan juga merupakan hal yang menyangkut jati diri khusus remaja. Dalam penampilan remaja terkadang bertentangan dengan norma-norma umum penampilan lingkungannya. Seperti penggunaan tato, pemakaian anting di hidung, pewarnaan rambut, dan lain-lain yang merupakan salah satu media sebagai ajang remaja untuk mengaktualisasi diri.

George Simmel (1957) melihat bahwa konsumsi memegang peranan penting dalam industri fashion pada akhir abad ke dua puluh. Dalam diskusinya tentang peran *fashion* sebagai bentuk sosial yang mensejajarkan perasaan individual dengan kebersamaan orang lain, Simmel berargumen bahwa di dalam masyarakat yang komersial dimana derap langkah kehidupan bergerak semakin cepat, fashion merupakan karakteristik dari kehidupan modern (Steven Miles, 1998: 91). Masyarakat mengkonsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sekaligus mempresentasikan gaya hidupnya. " Gaya hidup" (*lifestyle*) merujuk kepada kepekaan konsumen yang diidentifikasi oleh Hebdige sebagai karakter konsumsi modern (Lury, 1996: 112-113). Melalui gaya hidup, para konsumen dianggap membawa

kesadaran/kepekaan yang lebih tinggi terhadap proses konsumsi. Sebagai mode, konsumsi atau sikap konsumsi merujuk kepada orang-orang yang berusaha menampilkan individualitas mereka atau cita rasa mereka melalui pemilihan barang-barang dan disusul dengan pembicaraan atau personalisasi barang-barang tertentu.

Remaja dan segala sesuatu yang terjadi pada mereka merupakan barometer dari perubahan sosial pada masyarakat. Jones dan Wallace (1992) mencatat , bahwa remaja bisa diartikan sebagai indeks dari penyakit sosial (Steven Miles, 1998: 41). Hal ini dikarenakan remaja merupakan kelompok masyarakat yang lebih sering terkena aspek negatif dari sesuatu hal seperti gaya hidup berlebihan dan gaya hidup negatif. Perilaku yang konsumtif pada remaja pada akhirnya menggiring mereka pada orientasi hidup masyarakat yang materialistis. Sebagai pribadi yang belum mandiri, karena sebagian besar remaja ini masih bergantung kepada orang tua secara ekonomi, remaja diharapkan dapat menjadi pribadi yang lebih mandiri dan bertanggung jawab serta dapat mengendalikan gaya hidupnya. Hal ini berlaku di negara mana pun termasuk Jepang.

Jepang adalah negara yang sangat kaya dan terkenal dengan kebudayaan tradisional maupun modern. Seiring perkembangan jaman, telah muncul banyak budaya-budaya baru yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat Jepang. Peran media massa yang berpengaruh besar dalam penyebaran informasi, mengakibatkan budaya-budaya baru yang bermunculan tersebut menimbulkan fenomena budaya populer. Jepang merupakan negara yang penting di dunia baik dari segi ekonomi, politik, sosial, maupun budaya. Dalam konteks kebudayaan yang sangat dinamis saat ini, kebudayaan Jepang mengambil tempat yang penting tidak terkecuali kebudayaan populernya, seperti musik *J-Pop*, *manga*, dan *anime* (Vivi Triani Adris, 2008 : 1). Saat ini Jepang juga merupakan salah satu “kiblat fashion” atau pusat trend mode dunia. Jepang tidak hanya terkenal akan hasil karya *high fashion* desainer kondangnya saja,

seperti Kenzo Takada (Kenzo), Issey Miyake, dan Rei Kawakubo (Comme des Garçons) namun, Jepang (khususnya Tokyo dan Osaka) juga terkenal akan *street fashion* yang begitu populer (Hesti Nurhayati, 2012 : 2)

Tokyo memiliki peran besar dalam memperkenalkan keunikan dan keragaman *fashion* di Jepang. *Fashion* di Shibuya yang bergerak sangat cepat sesuai dengan kebudayaan remaja yang terus menerus berubah, Harajuku yang melahirkan berbagai bentuk sub kultur dalam *fashion* melalui gaya visual, Ginza yang menawarkan eksklusifitas bagi orang-orang dewasa, dan berbagai tempat lainnya di Tokyo yang turut menyumbangkan keragaman serta keunikan *fashion* Jepang (Anggraini, 2008 : 3)

Pada saat seseorang mendengar tentang *fashion* Jepang, maka hal pertama yang terpikirkan adalah *Harajuku style*. Sebenarnya *Harajuku style* bukan satu-satunya gaya *street fashion* yang tumbuh dan berkembang di kawasan urban di Tokyo, tetapi masih ada *Shibuya style* dan *Akiba style*. Meski demikian *Harajuku style* memang yang paling terkenal diantara ketiga *street fashion* tersebut. *Street fashion* menjadi sangat populer di kalangan anak muda Jepang dan berkembang sangat pesat tidak hanya di Jepang saja tapi bahkan hingga keluar Jepang. Salah satu *street fashion* yang sangat di gemari oleh anak muda di Jepang pada saat ini adalah *street fashion* yang berasal dari *Shibuya street*, yaitu *Gyaru*. Pada saat ini *gyaru* dapat dikatakan sebagai salah satu trend modern di Jepang.

Gyaru (ギャル) adalah kata serapan dalam bahasa Jepang yang berasal dari bahasa Inggris *gal* (bahasa slang untuk *girl*). Istilah *gyaru* digunakan untuk gadis-gadis muda yang berusia antara 10 sampai 20 tahun yang *fashionable*, mengenakan busana model mutakhir, rambut dicat warna coklat keemasan, tata rias wajah yang diluar kebiasaan, dan pemilihan busana yang *mix and match* yang kontroversial. Busana yang

dikenakan oleh para *gyaru* ini dipengaruhi oleh majalah mode yang dibaca mereka.

Shibuya merupakan tempat anak muda berkumpul untuk melepaskan tekanan hidup sehari-hari. Di Shibuya terdapat sebuah pusat perbelanjaan yang menjadi simbol *gyaru* yaitu *109 Shibuya*. Fashion menjadi alat untuk melepaskan stres dan lari dari kepribadian mereka setelah sebelumnya mereka bekerja dan belajar dengan disiplin. Mereka berpakaian *free style*, rambut berwarna-warni, dan mengenakan beragam aksesoris yang begitu atraktif. Walau dari luar gaya berbusana itu dipandang sebagai gaya “tabrak lari”, tetapi ada kreativitas liar yang terjadi disini. Para remaja Jepang yang seenaknya mengubah apa saja semau mereka untuk dijadikan sebagai alat untuk mengekspresikan diri. Kreativitas liar ini menjadi pengingkaran keseharian ketika mereka berada di bawah kekuasaan instansi pendidikan ataupun orang tua yang menuntut standar tinggi, untuk sementara dialihkan untuk mengubah diri dari tampilan normal dan mencari makna baru.

Trend *gyaru* yang ada pada saat ini tidak diketahui dari mana asalnya, namun ada beberapa pendapat yang dikemukakan oleh masyarakat setempat. Ada yang mengatakan kalau *gyaru* merupakan salah satu hasil pembaharuan budaya antara Jepang dengan negara barat khususnya Amerika, ada pula yang mengatakan kalau *gyaru* merupakan bentuk pemberontakan orang-orang muda Jepang atas norma-norma konservatif yaitu suatu aturan yang masih berpegang pada norma-norma lama (NIONJI, 2008), selain itu ada pula yang mengatakan *gyaru* hanyalah suatu cara mengekspresikan diri orang muda di Jepang.

Gyaru diyakini dimulai sebagai ajang “balas dendam” terhadap norma tradisional pada masyarakat Jepang seperti kecantikan feminim yang kolot, dimana mereka ingin membuktikan bahwa perempuan yang cantik itu bukan hanya perempuan yang berkulit putih dan berambut hitam saja. Peneliti Jepang banyak yang percaya bahwa pemberontakan terhadap masyarakat Jepang adalah karena kebencian yang diabaikan.

Para *gyaru* atau *gals* sering kali menolak untuk mengikuti aturan atau norma-norma yang ada di masyarakat. Biasanya ini merupakan salah satu bentuk protes dari kalangan muda di Jepang. Pada saat ini *gyaru* bisa dibilang bukan sesuatu yang dianggap positif oleh masyarakat Jepang, Kebiasaan mereka yang sering kali berbeda dengan norma-norma yang ada di masyarakat membuatnya sering kali dianggap sebagai sesuatu yang negatif.

Para pengikut trend ini adalah rata-rata gadis remaja Jepang yang masih duduk di bangku SMU yang merasa kurang percaya diri dengan penampilan mereka dan jati diri mereka yang sebenarnya, sehingga mereka menutup wajah mereka dengan *make-up* yang tebal dan atribut-atribut lainnya seperti pakaian yang mencolok sehingga menarik perhatian orang lain.

Kogal atau *Kogyaru* merupakan awal mulanya komunitas *gyaru* mulai dikenal dan menjadi sebuah fenomena. Namun image *Kogal* di mata masyarakat kurang baik karena adanya oknum *Kogal* yang terlibat *enjo kosai* atau "paid dating", karena mereka memang menyukai produk-produk fashion import yang dipadukan dengan unsur *kawaii*. Maka beberapa oknum *kogyaru* ada yang bersedia untuk menemani jalan-jalan atau sarariman dengan pria dewasa yang sudah bekerja dibandingkan pergi bersama teman-teman seusia mereka (Hesti Nurhayati, 2012). Namun tentu saja tidak semua *kogyaru* mempraktekan *enjo kosai*.

Saat ini *gals* atau *gyaru* telah berevolusi dengan gaya yang lebih "glamour" dan sangat identik dengan "materialistis". Untuk daerah Shibuya, kesan *kawaii* masih terlihat pada *gyaru* seperti pada *Hime gyaru*. Sedangkan untuk komunitas *gyaru* pada daerah Shinjuku lebih terkesan seksi karena dipengaruhi oleh suasana *night entertainment* disana.

Berdasarkan hal diatas, penulis tertarik membahas tentang trend *gyaru* di Jepang dikarenakan penulis merasa tertarik dengan fashion *gyaru* dan ingin mengetahui lebih dalam tentang *gyaru* itu sendiri.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi:

1. Adanya suatu perubahan terhadap perilaku anak muda di Jepang.
2. Munculnya suatu trend baru di antara anak muda di Jepang, yaitu *gyaru*.
3. Trend *gyaru* itu mulai berkembang dan mempengaruhi perilaku anak muda di Jepang, khususnya remaja putri.

Saya berasumsi bahwa pengaruh *gyaru* itu timbul karena disebabkan oleh adanya penerimaan dari remaja putri Jepang yang dapat menerima *gyaru* sebagai salah satu trend *fashion* yang berlaku di Jepang. Gaya *gyaru* yang bebas dan tanpa terikat apa pun menjadi ajang pengekspresian diri remaja putri Jepang yang selalu terikat dengan norma-norma yang ada pada masyarakat tradisional Jepang.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penulis membatasi masalah pengaruh trend *gyaru* pada remaja putri di Jepang khususnya pada daerah Tokyo.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka penulis ingin merumuskan :

1. Apakah *gyaru* itu?
2. Apa yang melatarbelakangi para remaja putri di Jepang mengikuti trend *gyaru*?

3. Apa dampak trend *gyaru* terhadap kehidupan remaja putri di Jepang, khususnya di daerah Tokyo?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apakah trend *gyaru* itu dan apa dampak dari trend *gyaru* terhadap remaja putri di Jepang, khususnya daerah Tokyo.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian skripsi ini adalah metode deskriptif analisis, yaitu melakukan penelitian dengan cara mendeskripsikan data-data yang diperoleh dari bacaan dan rujukan serta mengumpulkan data-data dari kepustakaan maupun dari internet yang membahas tentang *gyaru* dan kemudian menganalisisnya.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 *Pop Culture*

Teori *pop culture* atau budaya populer yang dikemukakan oleh Raymond William dalam Anggreini (2008 : 11) merupakan suatu kebudayaan yang disukai oleh banyak orang, dan kerja kebudayaan itu untuk mencari perhatian orang banyak, namun untuk sekelompok orang hanya untuk dirinya sendiri. Budaya populer merupakan segala ide, pendapat, perilaku, fenomena dan citra yang dilakukan oleh mayoritas manusia di dunia. Budaya populer sangat dipengaruhi oleh media massa, juga berubah dan muncul pada tempat dan waktu yang tidak diperkirakan. Alasan digunakannya teori ini karena berhubungan

erat dengan tema penulis mengenai budaya populer yang kian banyak digemari anak muda.

1.7.2 *Youth Culture*

Menurut Coleman dalam Sarwono (2006 : 39), para remaja sadar akan pentingnya kebudayaan sebagai tolok ukur terhadap tingkah laku sendiri. Kebudayaan memberikan pedoman, arah, persetujuan, pengingkaran, dukungan, kasih sayang, dan perasaan aman kepada remaja. Akan tetapi, mereka juga punya keinginan untuk mandiri, untuk berotonomi. Inilah yang menyebabkan mereka membuat tolok-tolok ukur mereka sendiri yang berbeda dari tolok ukur orang-orang dewasa. Mereka membuat kebudayaan sendiri yang berbeda dari kebudayaan masyarakat pada umumnya. Kebudayaan yang menyimpang inilah yang dikenal sebagai “kebudayaan anak muda” (*youth culture*).

Youth culture atau budaya kaum muda merupakan sub budaya yang berdasar pada sifat, sikap, dan perilaku kaum muda. *Youth culture* tercipta akibat kekhususan yang terjadi pada gaya, perilaku dan ketertarikan kaum muda. Budaya kaum muda ini cenderung lebih apatis terhadap perubahan trend yang sedang terjadi pada dunia. Budaya kaum muda ini dapat diartikan juga dengan ekspresi dan gaya hidup yang disimbolisasikan . Simbolisasi dalam budaya muda sering diasosiasikan dengan kesamaan yang menonjol dari suatu budaya, seperti fashion, kepercayaan, bahasa, perilaku, dan ketertarikan.

1.7.3 *Fashion*

Fashion mempunyai beberapa fungsi budaya diantaranya fungsi komunikasi. Dengan fashion atau pakaian kita dapat mengkomunikasikan sesuatu . Seperti pendapat Veblen (1999),

fashion dapat digunakan atau mengkomunikasikan untuk mendapatkan posisi sosial dan status ekonomi, seperti yang terjadi sekarang ini dimana konsumen remaja menggunakan label dan merk untuk mendapatkan efek tersebut. Sosiolog Irving Goffman menyatakan bahwa presentasi diri melalui *fashion* berfungsi sebagai media berekspresi, dan lebih jauh lagi bahwa komunikasi visual melalui *fashion* dapat mengekspresikan secara "lebih" dibanding dengan komunikasi verbal (Polhemus 1996 : 8). Selain itu dikatakan oleh Simmel, bahwa *fashion* bergantung kepada konflik di antara adaptasi kepada masyarakat dan individu berangkat dari kebutuhannya. Menurut Simmel, simbol-simbol yang digunakan remaja untuk mengungkapkan jati dirinya sebagai remaja yang fashionable dan modern, erat kaitannya dengan *fashion*. Dengan mengkonsumsi *fashion* remaja tidak hanya memenuhi kebutuhannya akan sandang, namun mereka mengkonsumsi *fashion* karena disana ada simbol-simbol yang mempunyai makna tertentu yang disediakan oleh industri budaya *fashion* sebagai alat untuk mengekspresikan diri, dan melalui *fashion* seorang remaja merasa terpenuhi kebutuhan sosialnya (Miles, 1998 : 93).

Gini S. Frings mengemukakan konsep *fashion* berdasarkan pemahaman atau cara penampilan adalah suatu gaya populer dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa konsep ini menyangkut tiga hal yaitu: gaya, penerimaan dan kurun waktu. Gaya adalah karakteristik hal tertentu dalam penampilan berpakaian atau penggunaan aksesoris. Penerimaan menyangkut penggunaan (pemakaian) atau pembelian suatu gaya oleh konsumen. Sedangkan kurun waktu mengindikasikan adanya perubahan dalam hal gaya berpenampilan tersebut (Miles, 1998: 58).

1.7.4 Budaya Konsumtif

Gyaru merupakan istilah yang digunakan untuk para remaja putri di Jepang yang suka berdandan modis dan sering terlihat di daerah Shibuya. Para *gyaru* sangat menyukai produk-produk fashion yang berasal dari luar negeri seperti Dior, Chanel, Dolce & Gabbana, Louis Vuitton, dan yang lainnya. Selain itu mereka juga menyukai *fashion* karya desainer lokal seperti Alba Rosa. Para *gyaru* ini berdandan bukan hanya sebagai ajang kreativitas mereka atau sebagai salah satu bentuk pengungkapan diri mereka saja, tetapi juga agar mereka dapat dikagumi dan dihargai oleh orang lain. Keinginan untuk dihargai oleh orang lain disertai keinginan mereka untuk mengikuti trend mode menyebabkan para *gyaru* ini selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan membeli produk-produk *fashion* yang ada, karena *gyaru* juga merupakan gaya hidup. Produk *fashion* *gyaru* yang ada di toko-toko di Shibuya bukanlah barang yang murah, dan tidak sedikit uang yang harus dikeluarkan para *gyaru* ini untuk memenuhi kebutuhan mereka. Demi memenuhi kebutuhan mereka itu, para *gyaru* melakukan apa saja untuk mendapatkan uang. Kebiasaan mereka yang suka berbelanja dan bersenang-senang itu menyebabkan para *gyaru* sering juga di cap sebagai gadis materialistis.

Motivasi seseorang untuk membeli barang adalah adanya kebutuhan. Namun demikian, seseorang membeli barang didorong oleh kebutuhan untuk dikagumi atau dihargai oleh orang lain (*satisfaction of pride*). Maslow menyebut kebutuhan ini sebagai kebutuhan akan penghargaan. Bila sampai pada tingkatan tersebut, dapat menjadi dorongan yang kuat untuk membeli suatu barang yang sebetulnya bukan kebutuhan primer.

Demi mempertahankan *prestise* atau sekedar mengikuti mode, orang mengkonsumsi barang-barang mahal dan eksklusif. Veblen menyebut hal ini dengan istilah *conspicucus consumption* (konsumsi yang berlebih) atau dalam istilah sehari-hari disebut dengan konsumtif. Veblen melihat bahwa barang-barang konsumsi sebagai tanda dari status dan prestise sosial (Miles, 1998 : 19).

Hal ini disebabkan oleh kegunaan benda sebagai sarana komunikasi telah didistorsi secara sistematis oleh pencarian keuntungan kapitalis. Bahwa kebutuhan untuk mencari untung telah menciptakan produk-produk dengan beragam jenis yang luas dan abadi dengan meningkatkan kontrol dan manipulasi kepada konsumen. Hal ini disembunyikan oleh topeng komoditas, dan topeng inilah yang bertanggung jawab dalam pembentukan hidup konsumtif (Celia Lury, 1998 : 63)

1.8 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk memperluas pemahaman tentang trend *gyaru* pada remaja putri di Jepang. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi mereka yang berminat untuk memahami tentang *gyaru* lebih dalam.

1.9 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari IV bab yang masing-masing bab dibagi dengan pembagian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, landasan teori, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TREND GYARU DI JEPANG

Awal mula *gyaru*, jenis-jenis *gyaru*, dan ciri khas *gyaru*

BAB III : PERKEMBANGAN GYARU PADA REMAJA PUTRI DI JEPANG, ANALISIS, DAN DAMPAK POSITIF NEGATIF TREND GYARU TERHADAP REMAJA PUTRI DI JEPANG

Bab ini berisi tentang analisis perkembangan dan pengaruh trend *gyaru*, dampak positif dan negatif dari *gyaru* sebagai salah satu trend di kalangan remaja putri di Jepang, dan *enjo kosai* sebagai salah satu dampak trend *gyaru* yang ada di Jepang.

BAB IV : KESIMPULAN