

"Kelas" Hiperreal: Studi pada Streetwear Sashion Tiruan = Hiperreal "Class": Study on Counterfeit Streetwear Fashion

Achmad Maulana Sirojjudin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516256&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berusaha melihat konstruksi autentisitas streetwear fashion (mode jalanan) tiruan yang dikenakan oleh orang muda untuk menampilkan simbol-simbol tertentu. Secara global, pengguna mode jalanan menekankan orientasi mendalam yang mencakup tindakan sosial sehari-hari dengan kepentingan simbolis. Dalam konsep Jean Baudrillard, pengertian hiperrealitas dan simulakrum mencirikan budaya konsumen global saat ini di mana citra produk lebih penting daripada produk itu sendiri. Tanda dan gambar yang mengambang bebas ini tidak mewakili realitas objektif. Mode jalanan kemudian ‘menggantikan’ mode kelas atas dan memutuskan hubungan dengan realitas penggunaan mode sebelumnya, tidak peduli mode yang digunakan adalah material ilegal. Penelitian ini menggunakan paradigma postmodernisme dan metode fenomenologi yang melibatkan lima orang narasumber pengguna mode jalanan tiruan. Sebagai bagian dari konstruksi autentisitas, narasumber menafsirkan mode jalanan tiruan sebagai media integrasi sosial dan mobilitas sosial yang melibatkan satu kelompok sosial kelas atas terpilih. Selain itu, penggunaan mode jalanan tiruan ini juga didorong oleh keinginan konsumsi mencolok yang memberikan kesan mewah, prestise dan unik. Mode jalanan tiruan juga membawa pengguna pada perasaan stabilitas ekonomi dan kekuatan berdasarkan daya beli, dan ini terbentuk melalui pra-pemaknaan penggunaan mode jalanan di masyarakat. Pengguna mode jalanan tiruan mengonstruksi autentisitas ini sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang melibatkan simbol mewah hypercounterfeit.

.....This study seeks to understand the construction of authenticity through counterfeit streetwear fashion worn by young people; in order to display certain symbols. Globally, streetwear fashion emphasizes a deep orientation towards everyday social actions which is symbolically significant. Using Jean Baudrillard’s concept, the notion of hyperreality and simulacrum understand today’s global consumer culture as conditions in which a product’s image is more important than the product itself. These free-floating signs and images do not represent objective reality. Streetwear fashion then ‘replaces’ high-end fashion and break the connection with the reality of previous uses of fashion, disregarding the illegality of fashion materials used. This study uses the postmodernism paradigm and approaches the issue with phenomenological methods that involves five interviewees of counterfeit streetwear fashion users. The researcher found that as part of the construction of authenticity, the interviewees interpret counterfeit streetwear fashion as useful as mediums for social integration and social mobility involving a select upper-class social group. In addition, the use of counterfeit streetwear fashion is also driven by the desire for conspicuous consumption that gives a feeling of luxury, prestige, and uniqueness. Counterfeit streetwear fashion also brings users a feeling of economic stability and authority based on purchasing power, and this is formed through the pre-meaning regarding the use of streetwear fashion in society. Users of counterfeit streetwear fashion construct this authenticity through nonverbal communication, which involves hypercounterfeit luxury symbols.