



UNIVERSITAS INDONESIA

**DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN MODE DI
FEDERASI RUSIA TAHUN 1998-2011**

SKRIPSI

INAZ ANDINA

0806357240

FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA

PROGRAM STUDI RUSIA

DEPOK

JULI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

**DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN MODE
DI FEDERASI RUSIA 1998-2011**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Humaniora**

INAZ ANDINA

NPM 0806357240

FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA

PROGRAM STUDI RUSIA

DEPOK

JULI 2012

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Jakarta, 15 Juli 2012


Inaz Andina

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Inaz Andina

NPM : 0806357240

Tanda Tangan : 

Tanggal : 15 Juli 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Inaz Andina
NPM : 0806357240
Program Studi : Rusia
Judul : Dampak Globalisasi Terhadap Perkembangan Mode di Federasi Rusia Tahun 1998-2011.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Rusia, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mina Elfira, Ph. D.
Penguji : Ahmad Fahrurodji, M.A.
Ketua Sidang : Dr. Zeffry Alkatiri

Ditetapkan di : Depok
Tanggal :

Oleh
Dekan
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia

Dr. Bambang Wibawarta
NIP. 196510231990031002

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan ridho-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora Program Studi Rusia, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Mina Elfira, Ph.D., selaku dosen pembimbing yang semangatnya sangat menginspirasi saya. Terima kasih banyak untuk waktu, tenaga, pikirannya, kesabaran, serta kepercayaan yang telah beliau berikan terhadap saya. Berkat bimbingan beliau, saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu;
2. Ibu Prof. Dr. N. Jenny MT Hardjatno dan Ibu Dr. Thera Widyastuti, terima kasih banyak atas segala kebaikannya;
3. Segenap dosen Program Studi Rusia: Bapak Dr. Zeffry Alkatiri, Ibu Sari Endahwarni M.A, Bapak Mohammad Nasir Latief M. Hum, Bapak Ahmad Fahurodji M.A, Bapak Ahmad Sujai M.A, Bapak Banggas Limbong M.Hum, Ibu Nia Kurnia Sofiah M. App. Ling., Bapak Fadli Zon M. Sc., Ibu Sari Gumilang M. Hum, Bapak Hendra Kaprisma S. Hum, dan Bapak Abuzar Rouskhanfikri S. Hum, yang telah memberikan ilmu-ilmu yang berharga selama saya menempuh studi di Universitas Indonesia;
4. Dr. Susbandoro dan Dr. Reginald Liew Kay Choon yang selalu setia dan sabar menemani saya selama ini. Terima kasih banyak;

5. Seluruh tim Hareem Restaurant yang berbaik hati mengizinkan saya cuti memproduksi ide dan sabar menanti skripsi saya rampung;
6. Desainer Indonesia yang sangat menginspirasi: om Biyan Wanaatmadja dan mas Sri Sapto Djojokartiko. Terima kasih atas segala inspirasi yang telah diberikan kepada saya, akhirnya skripsi tentang mode ini selesai juga;
7. Husni Tjokro '*kunyuk*', partner paling setia yang menemani saya sedari SD, satu-satunya orang yang sulit percaya bahwa saya sudah besar dan dia sudah tua. Terima kasih atas segala *omelannya*, *bawelannya*, dan segala kritik pedas khasnya yang membangun. Terima kasih karena selalu menyemangati saya, dan meng-*handle* kemalasan saya;
8. Kedua orang tua saya, Abdul Malik dan Mira Safira, dan juga Ahmad Anis yang tidak berhenti memberikan semangat, doa, dan dukungan, serta fasilitas untuk menyelesaikan skripsi ini;
9. Adik-adik saya, Muhammad Ghifari, Najwa Hanan, dan Muhammad Sami. Terima kasih atas semangat yang kalian berikan, khususnya untuk Najwa dan Sami atas segala tingkah laku mereka yang sangat menghibur saya;
10. Keluarga besar Almasyhur, Alkaff, Alaydrus dan ben Tayeb yang sangat saya sayangi dan sangat menginspirasi. Terima kasih banyak atas segalanya. "*Al walad, walad. Law 3ammar balad*";
11. Alm. Jiddi Ahmad Alkaff, Alm. Hababah Maryam Alkaff, Alm. Jiddi Abdullah ben Tayeb, Hababah Talha Umar Alkaff, dan Hababah Fatina Hurriya Almasyhur, yang selalu menekankan pentingnya rendah hati. Para sepuh yang saya cintai, hormati, dan teladani. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan segala pelajaran hidup. "*Izza ken el kalam min fuddah, la ken el sukoot min dhihab*";
12. Kak Sari Gumilang dan kak Maftuhah Ismail. Terima kasih banyak atas semuanya. *You two are the best sisters I ever had*;
13. Fahsha Harfiqurainida '*kemket*', Yuyun Lestari, Raisa Resmithasari, Elmira Nidya, Raras Aditya, Andhini Fath, Faiqoh, Olga Florentyna, dan Ismail '*seroja*'. Terima kasih banyak karena selalu bersedia meluangkan

waktu untuk menemani saya yang sangat penakut ini, bersedia mendengarkan cerita saya dari yang penting dan yang tidak penting. Terima kasih banyak atas kesabarannya menghadapi saya yang jarang mendengarkan nasihat-nasihatnya;

14. Teman-teman Rusia 2008 lainnya: Riani, Karina, Awalina, Yulia, Asep, Riga, Jhon, Bangber, Adit, Soraya, Mutiara, Fahna, Pelangi, Natama, Ferdi, Anggiandra, Danti, Ridha, Febi, Dimas, Hari, Sarom, Abi, Kiki, Pisces, Arman, Iand, Adon, dan Iyus, yang sangat saya sayangi. Terima kasih banyak atas segala canda tawa dan cerita;
15. Teman-teman Rusia 2009, 2010, 2011 dan juga para senior yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas semangat dan dukungannya;
16. 'SixVrodivas': Dessy, Riry, Tia, Lisna, dan Didy, dan juga sahabat SMP saya, Ailia dan Intan. Skripsi ini ditulis untuk memotivasi kalian yang belum sarjana dan untuk mengejar Dessy dan Sadiyah S.Kg yang sudah lulus lebih dulu;
17. Sekali lagi untuk Hababah Talha Umar Alkaff, nenek buyut saya yang sangat saya cintai. Terima kasih atas segala cerita, pelajaran, dan kasih sayang selama ini. *I asked God to give me the North Star to brighten up my darkest and saddest moment, but He gave me something better and brighter, my hababah.*

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 15 Juli 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inaz Andina
NPM : 0806357240
Program Studi : Rusia
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya
Jenis karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Dampak Globalisasi Terhadap Perkembangan Mode di Federasi Rusia Tahun 1998-2011.


beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Depok

Pada tanggal : 15 Juli 2012

Yang menyatakan


(Inaz Andina)

viii

ABSTRAK

Nama : Inaz Andina
Program Studi : Rusia
Judul : Dampak Globalisasi Terhadap Perkembangan Mode di Federasi Rusia

Skripsi ini membahas dampak globalisasi terhadap dunia mode di Federasi Rusia dengan tujuan untuk mengetahui dampak perubahan ideologi pemerintahan dan globalisasi dari Uni Soviet ke Federasi Rusia tahun 1998-2011 dalam bidang mode menggunakan metode deskriptif-analitis dan dianalisis menggunakan dua teori, globalisasi dan *the trickle down theory of fashion*. Hasil penelitian menunjukkan perubahan ideologi pemerintahan dari Uni Soviet ke Federasi Rusia membuat dunia mode Rusia semakin berkembang maju menghadapi tantangan globalisasi, pecinta mode di Rusia kemudian menggunakan mode untuk mengekspresikan era baru yang mereka alami.

Kata Kunci: Globalisasi, *Trickle Down Theory of Fashion*, Mode, Uni Soviet, Rusia.

ABSTRACT

Name : Inaz Andina
Major of Study : Russian
Title : The Effect of Globalization to The World of Fashion in The Russian Federation

This thesis discussed the effect of globalization to the world of fashion in the Russian Federation (1998-2011) with a purpose to acknowledge the effects of change in ideology in the government and in globalization from the Soviet Union to the Russian Federation in the world of fashion using an analytical descriptive method and analyzed using two theories, globalization and the trickle down theory of fashion. The outcome of this research shows that the change of the governmental ideology from the Soviet Union to the Russian Federation establish the expand of the world of fashion in Russia against the challenges of globalization, the fashionistas in Russia then uses fashion as a tool to express a new era.

Keywords: Globalization, *Trickle Down Theory of Fashion*, Fashion, Soviet Union, Russian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penulisan.....	7
1.4 Landasan Teori.....	7
1.5 Metode Penelitian.....	9
1.6 Penelitian Terdahulu.....	9
1.7 Sumber Data.....	10
1.8 Sistematika Penulisan.....	11
2. SEJARAH MODE DI RUSIA.....	12
2.1 Pengantar.....	12
2.2 Mode Rusia di Era Kekaisaran.....	13
2.1.1 Peter I (1682-1725).....	17
2.2 Mode Rusia di Era Uni Soviet	22
2.2.1 Vladimir Ilyich Lenin (1917-1924).....	23
2.2.2 Josef Vissarionovich Dzugashvili “Stalin” (1924-1953).....	28
2.2.3 Nikita Sergeyeovich Khrushchev (1956-1964).....	35
2.2.4 Leonid Brezhnev (1964-1982).....	37
2.2.5 Mikhail Sergeyeovich Gorbachev (1985-1991).....	40
2.3 Simpulan.....	42
3. DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN MODE FEDERASI RUSIA TAHUN 1998-2011.....	44
3.1 Pengantar.....	44
3.2 Dunia Mode Rusia: <i>From Pravda to Prada</i>	46
3.2 <i>From Russia to The World</i>	73
3.3 Simpulan.....	93
4. KESIMPULAN.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97

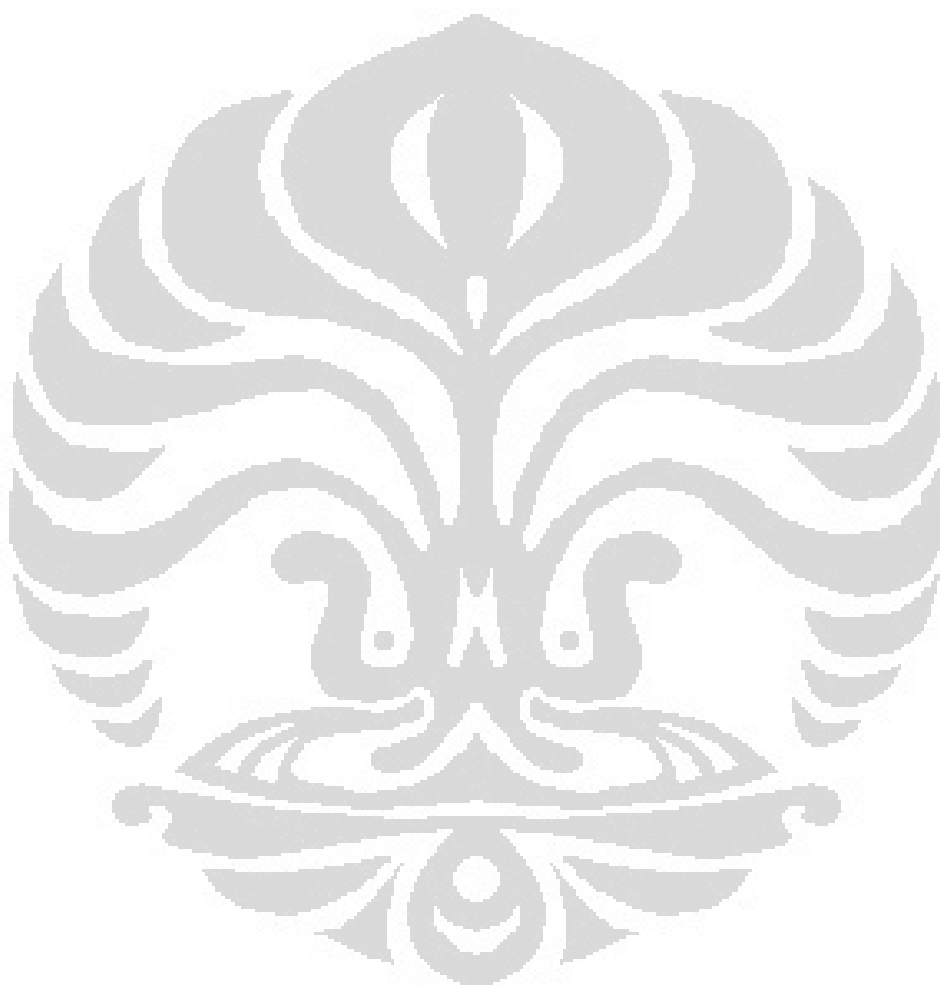
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Maria Federovna.....	3
Gambar 1.2	Katerina II.....	3
Gambar 1.3	Salah satu desain dari Dom Modelei tahun 1936.....	4
Gambar 2.1.1	Tsarina Maria Akeksandrova.....	13
Gambar 2.1.2	Putri Orlova Davydova dalam kostum pesta topeng-nya tah 1903.....	14
Gambar 2.1.3	Tsarina Xenia Alexandrovna, 1903.....	15
Gambar 2.1.4	Maria Ilyichna dan Tsar Alexei Mikhailovich 1903.....	16
Gambar 2.2.1.1	Peter Agung.....	17
Gambar 2.2.1.2	Kaftan Rusia oleh I. I. Caffi	18
Gambar 2.2.1.3	Contoh model pakaian dalam ala Barat yang ditetapkan oleh Peter Agung.....	20 20
Gambar 2.2.1.4	Gaun Katerina Agung.....	21
Gambar 2.2.1.5	Gaun Katerina Agung.....	21
Gambar 2.3.1.1	Gaun berciri konstruktivis oleh Alexandra Exter (kiri) dan Liubov Popova (kanan) tahun 1922.....	24 24
Gambar 2.3.1.2	Desain Varvara Stepanova untuk pakaian kerja dan pakaian olahraga tahun 1923.....	24 24
Gambar 2.3.1.3	Desain Varvara Stepanova.....	25
Gambar 2.3.1.4	Desain Varvara Stepanova untuk pertunjukkan The Death Of Tarelkin 1922.....	25 25
Gambar 2.3.1.5	Desain Liubov Popova tahun 1924.....	26
Gambar 2.3.1.6	Desain Lyubov Popova tahun 1924 di jendela sebuah toko pakaian.....	26 26
Gambar 2.3.1.7	Desain Nadezhda Petrovna Lamanova.....	28
Gambar 2.3.2.1	Para wanita pekerja Kolkhoz.....	29
Gambar 2.3.2.2	Patung Rabochiy i Kolkhoznitsa.....	30
Gambar 2.3.2.3	Majalah Zhurnal Mod tahun 1937.....	32
Gambar 2.3.2.4	Majalah Mody tahun 1939-1940.....	32
Gambar 2.3.2.5	Majalah Modeli Sezona tahun 1940-1941.....	33
Gambar 2.3.2.6	Majalah Modeli Sezona tahun 1941.....	33
Gambar 2.3.2.7	Tampak dalam majalah Modeli Sezona tahun 1941 yang menampilkan berbagai macam model pakaia.....	34 34
Gambar 2.2.3.1	Model Dior ketika melakukan pemotretan di Moscow.....	35
Gambar 2.3.3.2	Model Dior ketika melakukan pemotretan di Moscow.....	36
Gambar 2.3.3.3	Istri Khruschev, Nina Petrovna bersama Jacqueline Kennedy.....	36 36
Gambar 2.3.4.1	Koleksi Gemini 4 oleh Emilio Pucci, 1965.....	37
Gambar 2.3.4.2	Viktoria Brezhneva.....	38
Gambar 2.3.4.3	Teknik cara pembuatan pakaian, 1980	39
Gambar 2.3.4.1	Presiden Reagan dan Nancy Reagan dengan Gorbachev dan Raisa Gorbachev.....	41 41

Gambar 2.3.4.2 Raisa Gorbachev bersama Nancy Reagan dan Gorbachev.....	41
Gambar 3.2.1 Vogue Russia September 1998.....	47
Gambar 3.2.2 Editorial mode Vogue Rusia September 1998.....	47
Gambar 3.2.3 Gaun berciri konstruktivis oleh Alexandra Exter (kiri) dan Liubov Popova (kanan) tahun 1922.....	48
Gambar 3.2.4 Poster Plakat Project.....	50
Gambar 3.2.5 Koleksi rumah mode Aleksandr Mc. Queen untuk Fall Winter 2012-2013.....	51
Gambar 3.2.6 Berbagai artikel mode di Elle Rusia edisi April 2010.....	53
Gambar 3.2.7 Cover majalah mode Soviet tahun 1979.....	54
Gambar 3.2.8 Editorial mode musim dingin Bazaar Russia 2011.....	55
Gambar 3.2.9 Editorial mode musim dingin Vogue 2009.....	55
Gambar 3.2.10 Editorial mode musim dingin Moda I Vremya 1979.....	56
Gambar 3.2.11 Anna Brain.....	57
Gambar 3.2.12 Miroslava Duma.....	58
Gambar 3.1.13 Uliana Sergeenko.....	59
Gambar 3.2.14 Jumlah milyuner di Rusia.....	61
Gambar 3.2.15 Ksenia Sobchak.....	63
Gambar 3.2.16 Iklan Louis Vuitton dengan Gorbachev.....	67
Gambar 3.2.17 Flagships store Chanel di Moskow.....	68
Gambar 3.1.18 Flagship store Prada di Moskow.....	70
Gambar 3.1.19 Rubrik mode dalam surat kabar Pravda.....	72
Gambar 3.3.1 Topi tradisional Rusia.....	73
Gambar 3.3.2 Koleksi CHANEL 2009.....	74
Gambar 3.3.3 Koleksi CHANEL 2009.....	75
Gambar 3.3.4 Koleksi Givenchy 2000.....	76
Gambar 3.3.5 Editorial mode Vogue Russia 2011.....	77
Gambar 3.3.6 Poster acara Mercedes-Benz Fashion Week Russia 2011.....	79
Gambar 3.3.7 Koleksi Dima Neu di Mercedes-Benz Fashion Week Russia untuk Fall/Winter 2012/2013.....	81
Gambar 3.3.8 Fashion show Slava Zaitsev di Mercedes-Benz Fashion Week Russia untuk Fall/Winter 2012/2013.....	82
Gambar 3.3.9 Poster Aurora Fashion Week Russia.....	84
Gambar 3.3.10 Koleksi desainer Serbia, Angelina Atlagic di Aurora Fashion Week 2012.....	85
Gambar 3.3.11 White night shopping 2011.....	86
Gambar 3.3.12 Poster AppStore (Apple) yang juga berpartisipasi dalam acara White Night Shopping.....	87
Gambar 3.3.13 Poser Volvo Fashion Week 2011.....	87
Gambar 3.3.14 Koleksi dari para desainer Rusia yang ditampilkan di Volvo Fashion Week.....	88
Gambar 3.3.15 Slava Zaitsev.....	89
Gambar 3.3.16 Berbagai desain Slava Zaitsev.....	90
Gambar 3.3.17 Alena Akhmadullina.....	91
Gambar 3.3.18 Koleksi Alena Akhmadullina.....	92

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.2.1 <i>Brand</i> yang paling sering disebut oleh masyarakat Rusia.....	64
Bagan 3.2.2 <i>Brand</i> mewah yang paling dikenal oleh masyarakat Rusia.....	65
Bagan 3.2.3 Keinginan konsumen Rusia adalah.....	65



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

“Fashion is not something that exist in dress only. Fashion is in the sky, in the street, fashion has to do with ideas, the way we live, what is happening”

- Coco Chanel (Baudot 1996:4)

Pakaian merupakan bagian dari kebutuhan pokok manusia yang berfungsi untuk melindungi tubuh manusia dari cuaca yang berganti-ganti akibat perubahan iklim. Seiring berjalannya waktu, manusia dengan modal kreatifitas yang dimilikinya mengkreasikan bentuk pakaian, maka terciptalah variasi warna, gaya, dan kain yang sesuai dengan budaya yang ada di dalam masyarakat tersebut, kegiatan mengkreasikan bentuk pakaian inilah yang disebut dengan mode. Mode adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, serta distribusi produk mode (Yuniya, 2005:4).

Peristiwa sejarah menjadi faktor utama berkembangnya industri mode. Sebagai contoh, setelah Perang Salib yang berakhir di abad 12 banyak tentara yang kembali ke Eropa dengan membawa produk tekstil dan harta karun yang eksotis dari Timur Tengah yang menyebabkan terciptanya tren produk mode bercorak Timur Tengah dan munculnya *demand* (permintaan) yang tinggi terhadap tren tersebut, jalur sutra yang ditemukan oleh Marco Polo di abad ke-14 membuka arus perdagangan dengan wilayah timur, bahkan Renaisans Italia dan kedatangan Christopher Columbus ke Amerika di akhir abad ke-15 membuat industri mode semakin berkembang dan hal ini memaksa para pedagang untuk menemukan cara yang cepat dan murah dalam memproduksi pakaian dan tekstil yang sesuai dengan tren yang ada (Sterlacci & Arbuckle, 2008:40). Kemunculan industri garmen yang menjamur ketika revolusi industri berlangsung semakin memperkuat pendapat bahwa mode benar-

benar merupakan sebuah industri yang menjanjikan dan memiliki banyak peminat (Wilson, 2003:34).

Mode bukan hanya sekedar pakaian, namun juga sebagai cermin perubahan sosial, ekonomi, ideologi, kemajuan teknologi, dan semua kejadian terkini yang dialami masyarakat. Mode juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural display*), yang di dalamnya membawa suatu pesan dan gaya hidup suatu masyarakat atau komunitas tertentu atau lebih spesifiknya mode merupakan ekspresi identitas pribadi (Morris 1977). Sejak dahulu kala, mode menjadi medium yang sangat besar untuk mengekspresikan kemajuan, ideologi, dan kesejahteraan sosial suatu masyarakat. Revolusi mode terbukti selalu berkaitan erat dengan pergantian kekuasaan di suatu negara. Hal ini juga terjadi di Rusia.

Dalam sejarah Rusia pergantian kekuasaan juga berdampak pada bidang mode. Pada periode Kekaisaran, berbagai perubahan mode terjadi pada masa Peter Agung dengan westernisasi-nya yang memberikan banyak perubahan dalam segala bidang, dari mulai gaya hidup sampai dengan arsitektur (Riasanovsky 1985:74). Peter Agung memerintahkan semua bangsawan dan semua yang mempunyai posisi di pemerintahan untuk berpakaian dengan gaya Eropa Barat dengan dihiasi emas atau perak sesuai dengan kemampuan mereka, para rakyat biasa juga diberi peraturan berpakaian sesuai selera Peter Agung yang berkiblat ke Eropa Barat, Ia menghukum para rakyat yang masih menggunakan pakaian bermodel lama dengan mengutus para penjaga yang bertugas memeriksa gaya berpakaian para rakyat (de Missy 1908:62). Kebijakan Peter Agung membuat Tsar dan Tsarina yang memimpin Rusia setelahnya juga berkiblat ke Eropa Barat. Hal itu terlihat di gambar dibawah ini, gambar 1.1 dan 1.2 yaitu Maria Feodorovna dan Katerina II yang memakai gaun ala Eropa Barat.



Gambar 1.1 Maria Feodrovna

Gambar 1.2 Katerina II

Pada masa Soviet dibawah pemerintahan Lenin, ideologi komunis yang dianut menyebabkan pakaian dilarang untuk memperlihatkan kecantikan atau keanggunan. Masyarakat tunduk oleh nilai-nilai dan norma-norma baru yang mengutuk segala sesuatu yang bersifat borjuis dan luar biasa. Negara mengontrol ketat semua informasi yang masuk, hal tersebut mengakibatkan minimnya pengetahuan masyarakat Rusia akan perkembangan mode internasional. Soviet yang pada saat itu terkenal sebagai Negara “Tirai Besi”, menerapkan kesetaraan antara kelas dan jenis kelamin yang langsung mempengaruhi gaya busana masyarakat Rusia dengan menyederhanakan pakaian mereka. Soviet menetapkan standar mode sendiri dan masyarakat pun diharuskan menggunakan pakaian produksi dalam negeri, terbukti dengan adanya pabrik tekstil Negara yang mengeluarkan pakaian *prozodezhda* (pakaian produksi atau pakaian bekerja) yang didesain oleh dua seniman konstruktivis yaitu Luibov Popova dan Varvara Stepanova (Bowlt 1985:105).

Kesadaran akan pentingnya mode secara resmi diakui sebagai salah satu budaya Stalin dengan berdirinya *Dom Modelei* (rumah mode) di Moskow dengan Nadezhda Makarova sebagai desainer dan direktur utamanya, juga Nadezhda Lamanova, sebagai konsultan artistik (Bowl, 1985:203). Tugas utama para desainer tersebut adalah membuat prototipe mode ala Soviet untuk produksi massal oleh perusahaan-perusahaan tekstil besar. Pada era Stalin juga terbit dua media publikasi mode, yaitu majalah bulanan *Zhurnal Mod* (jurnal mode) dan majalah tahunan *Modeli Sezona* (mode musim ini) yang dikontrol oleh *Dom Modelei* dan diterbitkan dibawah naungan *Ministry of Light Industry* (Attwood, 1999). Terlihat dalam gambar dibawah ini, gambar 1.3 yaitu salah satu desain prototipe pakaian yang diproduksi oleh *Dome Modelei*.



Gambar 1.3 Salah satu desain dari *Dom Modelei* tahun 1936.

Dom Modelei dibangun hampir di seluruh kota di Rusia, dengan kontrol ketat oleh pemerintah, namun produk mode di *Dom Modelei* dijual sangat mahal dan tidak terbeli oleh massa. Dunia mode pada masa Soviet tidak maju, walaupun telah diselenggarakan berbagai *fashion show* dan pameran, gaya pakaian pada masa itu tetap terlihat sangat tradisional, dan miskin inovasi (Beumers 2005:357).

Mikhail Sergeyevich Gorbachev dengan *glasnost*¹ dan *perestroika*²-nya yang menjadi pengantar runtuhnya rezim Uni Soviet menuju terbentuknya Federasi Rusia menandakan lahirnya sebuah era baru bagi Rusia. Selama lebih dari 70 tahun Negara mengontrol semua produk budaya yang masuk ke Rusia, sekarang semua dibebaskan untuk masuk (Woll 1991:105). Federasi Rusia membebaskan budaya Barat masuk seiring dengan terbukanya perekonomian Rusia yang juga mengantarkan Rusia pada Globalisasi³. Globalisasi membuat dunia mode Rusia yang sebelumnya mati suri, kembali bangkit untuk menunjukkan eksistensinya pada dunia.

Herbert Blumer mengatakan bahwa mode adalah bentuk penting dari perilaku kolektif. Mode itu ekspresif sebagaimana orang mencari pengalaman baru, memiliki keinginan untuk berbeda serta dorongan agar sesuai (Blumer 2003:120). Terakhir, ia mengatakan bahwa mode adalah hal yang penting terutama karena merupakan sarana berekspresi untuk mengembangkan selera dan disposisi; fitur ini ditetapkan sebagai bentuk perilaku ekspresif (Blumer 2003:126). Fungsi mode sebagai sarana berekspresi dibuktikan oleh masyarakat Rusia khususnya para pecinta mode di Rusia. Setelah dikekang pada era Soviet, pada era Federasi Rusia para pecinta mode mengekspresikan kebebasannya dengan mengkonsumsi produk mode luar negeri dan

¹ Glasnost berarti keterbukaan. Gorbachev memperkenalkan glasnost sebagai salah satu slogan troika-nya dalam kampanye mereformasi system Soviet. Dia menyerukan glasnost (keterbukaan) dalam diskusi public, perestroika (restrukturisasi) dalam ekonomi dan system politik, dan novoye mneniya (pemikiran baru) pada kebijakan politik luar negeri (Linden, 2005:140)

² Perestroika adalah sebuah restrukturisasi untuk mengantisipasi proses stagnasi dan kelumpuhan total, dengan menciptakan mekanisme percepatan yang efektif bertumpu pada kinerja dan karya nyata masyarakat, pada perkembangan demokrasi dan perluasan keterbukaan (Fahrurodji 2005:173).

³ Globalisasi adalah sebuah istilah yg digunakan untuk menjelaskan perubahan-perubahan dalam masyarakat (changes) dan dalam perekonomian dunia yang dihasilkan oleh meningkat pesatnya perdagangan dan pertukaran kebudayaan (Sklair 2002:2)

mengikuti standar mode yang diciptakan para penentu tren mode yang tersebar di negara-negara kiblat mode internasional yaitu Paris, London, New York, dan Milan. Kota-kota tersebut menjadi kiblat mode internasional dikarenakan industri mode yang maju, hadirnya berbagai acara mode yang rutin diadakan di setiap musim (*spring, summer, fall, winter*), dan juga banyaknya desainer-desainer papan atas yang berasal dari kota-kota tersebut.

Antusiasme masyarakat Rusia yang tinggi akan mode, membuat berbagai rumah mode internasional berlomba-lomba membuka butiknya di Moscow, St. Petersburg dan kota lainnya (Strizhenova, 1972). Desainer-desainer baru asal Rusia pun bermunculan. Situasi ini tentunya sangat menguntungkan para pecinta mode di Rusia, karena mereka bisa memantau dan mengikuti *global trend* dan menggelar acara-acara mode seperti *fashion show, talkshow*, dan sebagainya dengan bebas. Hal tersebut membuat penulis berhipotesa bahwa perubahan ideologi pemerintahan dari Uni Soviet ke Federasi Rusia berdampak pada bidang mode, dan masyarakat pecinta mode di Federasi Rusia menggunakan mode untuk mengekspresikan era baru yang mereka alami yaitu era globalisasi.

1. 2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penulisan ini adalah :

- Bagaimana dampak perubahan ideologi pemerintahan dari Uni Soviet ke Federasi Rusia dalam bidang mode khususnya pada tahun 1998-2011?
- Bagaimanakah dampak globalisasi pada bidang mode di Federasi Rusia khususnya pada tahun 1998-2011?
- Bagaimana masyarakat pecinta mode di Rusia mengekspresikan era globalisasi yang mereka alami khususnya pada tahun 1998-2011?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yaitu untuk mengetahui bagaimana dampak perubahan ideologi pemerintahan dari Uni Soviet ke Federasi Rusia dalam bidang mode, dampak globalisasi pada bidang mode di Rusia, dan ekspresi masyarakat pecinta mode di Rusia terhadap era globalisasi pada tahun 1998 sampai 2011. Penelitian ini juga sebagai kontribusi peneliti untuk kajian di program studi Rusia tentang perkembangan mode di Rusia

1.4 Landasan Teori

Dalam penelitian ini, penulis memakai dua teori yaitu teori globalisasi dan *trickle down theory of fashion*. Globalisasi, sebuah istilah yang memiliki hubungan dengan peningkatan keterkaitan dan ketergantungan antar bangsa dan antar manusia di seluruh dunia dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk-bentuk interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi semakin sempit. Globalisasi adalah sebuah teori yang bertujuan meliputi interpretasi dari kejadian terkini di ranah internasional dalam hal pengembangan, kondisi ekonomi, skenario sosial, dan pengaruh politik dan budaya (Waters 1995:38). Globalisasi adalah sebuah klaim teoritis yang menggarisbawahi dua kecenderungan utama yaitu: (a) Sistem komunikasi aktif di seluruh dunia, dan (b) Kondisi ekonomi lancar, terutama tingginya mobilitas sumber daya keuangan dan perdagangan (Stiglitz 2006:10).

Thomas L. Friedman, seorang jurnalis, kolumnis, dan penulis asal Amerika dalam bukunya yang berjudul *The World is Flat* yang terbit pada 2005 lalu membagi globalisasi dalam tiga fase. Fase pertama, globalisasi 1.0 diawali oleh Columbus pada tahun 1492 ketika melakukan pelayaran untuk menemukan belahan bumi lainnya dan melakukan perdagangan. Era tersebut mengantarkan interaksi antara dunia lama pada dunia baru. Era ini berlangsung sampai tahun 1800-an. Pelaku utama perubahan atau kekuatan yang mendorong proses penyatuan global pada era ini masih sederhana, yaitu bertumpu pada seberapa besarnya kekuatan *muscle* (otot, tenaga manusia),

kekuatan kuda (*horsepower*), kekuatan angin (*windpower*), sampai akhirnya oleh kekuatan mesin-mesin yang digerakkan oleh tenaga uap (*steam power*). Selanjutnya globalisasi 2.0 berlangsung pada tahun 1800-an sampai tahun 2000. Era ini adalah era menyempitnya dunia dari ukuran medium (*medium size*) menjadi ukuran yang kecil (*small size*). Pelaku utama yang mendorong penyatuan global adalah perusahaan-perusahaan multinasional. Era ini ditandai oleh ekspansi perusahaan-perusahaan Belanda dan Inggris dan terjadinya revolusi industri sejalan dengan ditemukannya berbagai perangkat keras seperti kapal uap dan kereta api, hingga telepon dan komputer. Terakhir, globalisasi 3.0 berlangsung mulai tahun 2000-an, era ini adalah era menyempitnya dunia dari ukuran yang kecil (*small size*) menjadi ukuran yang sangat kecil (*tiny size*). Pelaku utama yang mendorong penyatuan global adalah kekuatan individu untuk mampu membangun kolaborasi dan kompetisi pada era global.

Friedman dalam bukunya, *The Lexus and The Olive Tree* yang terbit pada tahun 1999, mengatakan bahwa globalisasi adalah kesempatan bagus bagi semua orang untuk meningkatkan standar hidup dan kebebasan pribadi mereka, termasuk akses informasi dan pilihan ekonomi. Namun, ia juga menyadari bahwa globalisasi dapat menjauhkan individu dari apa yang ia sebut "*The Olive Tree*", yaitu akar historis dan identitas kebudayaan mereka. *Olive tree* tersebut menjadi penyeimbang yang kuat di era globalisasi.

Sedangkan teori selanjutnya yaitu *the trickle down theory of fashion* yang pertamakali dicetuskan oleh Thorstein Veblen dalam bukunya, *The Theory of The Leisure Class*, pada 1899. Veblen mencetuskan bahwa teknologi terbaru atau barang mewah awalnya dilepas ke pasar dengan harga tinggi, yang mengakibatkan hanya kelas elit yang dapat membelinya. Seiring berjalannya waktu, perusahaan lain membuat tiruan dari barang-barang tersebut dengan harga yang lebih terjangkau, dan seketika kelas yang lebih rendah mulai membeli barang-barang tersebut. Beberapa tahun setelah Veblen memperkenalkan teori tersebut, tepatnya pada tahun 1904 Georg Simmel mengaplikasikan teori tersebut ke dalam industri mode (*Fashion*

International Quarterly, issue 10, 1904). Simmel mengatakan bahwa kelas rendah yang ia sebut dengan kelompok subordinat memiliki kecenderungan untuk melakukan imitasi atau meniru pakaian dan segala simbol kemewahan kelas atas atau kelompok superordinat dengan tujuan untuk mendapatkan status baru yang lebih baik. Sementara kelompok superordinat itu sendiri memiliki kecenderungan untuk tampil beda dengan selalu melakukan diferensiasi.

1. 5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif-analitis. Metode deskriptif analitis yaitu Metode yang digunakan untuk meneliti gagasan atau pemikiran manusia yang telah tertuang dalam bentuk naskah primer maupun naskah sekunder dengan melakukan studi kritis terhadapnya. Dengan cara mengumpulkan data-data yang ada mengenai informasi yang dicari yang berasal dari tulisan maupun artikel atau karya ilmiah (S. Jujun 2001:68). Tahapan metode deskriptif analisis dimulai dengan cara mengumpulkan data-data yang ada mengenai informasi yang dicari yang berasal dari buku maupun jurnal ilmiah. Data dan informasi yang didapat akan dideskripsikan kemudian dianalisis dan pada tahap akhir disimpulkan dari hasil analisis tersebut.

Metode selanjutnya yaitu metode kepustakaan yaitu dengan melakukan studi pustaka untuk menemukan literatur yang mempunyai hubungan dengan penulisan ini. Studi pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian (Zed 2004:3).

1. 6 Penelitian Terdahulu

Penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai sumber dan rujukan penelitian ini, yaitu :

- *The Modernization of Fashion* oleh Anne Hollander. Penelitian yang terbit di jurnal *Design Quarterly* No. 154 tahun 1992 ini menjelaskan bagaimana mode

berubah dari tahun ke tahun dan pada akhirnya mode menjadi simbol modern. Sumbangan penelitian ini terhadap penulisan skripsi ini adalah penelitian ini memberikan bukti bahwa mode merupakan medium untuk mengekspresikan kemajuan, ideologi, dan kesejahteraan sosial di suatu masyarakat.

- Penelitian yang sudah dibukukan yaitu *London, after a Fashion* oleh Alistair O'Neill tahun 2007. Penelitian tersebut membuktikan bagaimana mode dapat mengubah citra sebuah kota, yaitu kota London. Sumbangan penelitian tersebut terhadap penulisan ini adalah pembuktian bahwa mode adalah cermin perubahan sosial dan kemajuan di suatu masyarakat.
- Tesis oleh Tri Hastuti, seorang mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia berjudul Pengaruh Status Sosial Ekonomi Endorser dan Jenis Produk Terhadap Sikap dan Intensi Pembeli yang ditulis tahun 2002. Tesis ini menggunakan teori *the trickle down theory of fashion*. Sumbangan penelitian tersebut terhadap penulisan ini adalah penggunaan teori *the trickle down theory of fashion*. Perbedaan penelitian tersebut dan penulisan ini adalah, penelitian oleh Tri Hastuti memakai teori tersebut untuk menganalisa sikap konsumen terhadap iklan, sikap konsumen terhadap produk, dan intensi membeli konsumen terhadap produk yang diiklankan. Sedangkan penulisan ini memakai teori tersebut untuk menganalisa perubahan kiblat mode yang dialami oleh pecinta mode di Rusia.

1.7 Sumber Data

Sumber data yang digunakan digolongkan menjadi dua yaitu :

1.7.1 Sumber Primer

Peneliti memakai buku-buku tentang mode di Rusia, artikel-artikel tentang mode di Rusia baik yang berbahasa Rusia maupun Inggris, situs berita Rusia yaitu www.RT.com dan www.ccp-luxury.com dan dari majalah mode seperti Harper's

BAZAAR (tahun 2011), ELLE (tahun 2010) dan VOGUE (tahun 1998 dan 2005) baik yang berbahasa Rusia maupun Inggris.

1.7.2 Sumber Sekunder

Peneliti memakai buku-buku teori globalisasi dan *the trickle down theory of fashion*, dan juga hasil penelitian terdahulu sebagai korpus sekunder.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi empat bab dengan perincian sebagai berikut:

- (1) Bab I berupa pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, penelitian terdahulu, sumber data dan sistematika penulisan. Penelitian terdahulu dipaparkan untuk mengetahui sejauh mana penelitian ini berguna dan berkontribusi untuk melengkapi penelitian yang telah ada sebelumnya.
- (2) Bab II berisi tentang deskripsi mendalam tentang sejarah industri mode di Rusia yang berubah sesuai dengan ideologi pemerintahannya.
- (3) Bab III berisi analisis terhadap dampak globalisasi terhadap dunia mode di Federasi Rusia Tahun 1998-2011.
- (4) Bab IV atau bab terakhir berisi kesimpulan dari penulisan penelitian.

BAB II

Sejarah Mode di Rusia

2.1 Pengantar

Awal mula perkembangan mode dapat ditelusuri dari abad pertengahan, awal dimulainya kapitalisme perdagangan dan kemunculan kota besar. Pada saat itu hanya satu kota yang dijadikan kiblat mode dunia, yaitu kota Paris. Louis XIV dan menteri keuangannya Jean Baptise Colbert, memiliki inisiatif untuk menjadikan Paris sebagai ibukota mode dan kemewahan dengan membuat kebijakan ekonomi yang mendukung perdagangan serta pembentukan butik mewah (Parmal 2006). Kota Paris juga merupakan tempat lahirnya mode adibusana⁴, perintisnya adalah Charles-Frederic Worth dengan membuka *Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne*⁵ tahun 1868. Hal ini menjadikan mode sebagai komoditas atraktif. Worth adalah orang pertama yang menggunakan sekaligus memperkenalkan *top-down system*, yaitu dimana prototipe pakaian dipertunjukkan secara eksklusif kepada para klien borjuis. Disainer-disainer Prancis kemudian mengadopsi sistem ini, dan hal inilah yang akhirnya menyebabkan tren mode di dunia selalu berorientasi ke kaum elit. Adibusana sendiri memang ditujukan untuk kaum atas, namun ketika kaum bawah juga mempunyai gairah untuk menjadi modis dan ingin mempunyai gaya seperti kaum atas, pakaian-pakaian tersebut diimitasi.

Hal yang sama juga terjadi di Rusia. Maka dari itu untuk mengetahui sejarah mode di Rusia, dalam bab ini penulis akan menjelaskan sejarah mode Rusia di masa lalu, khususnya untuk mengetahui dampak era globalisasi dalam perkembangan mode

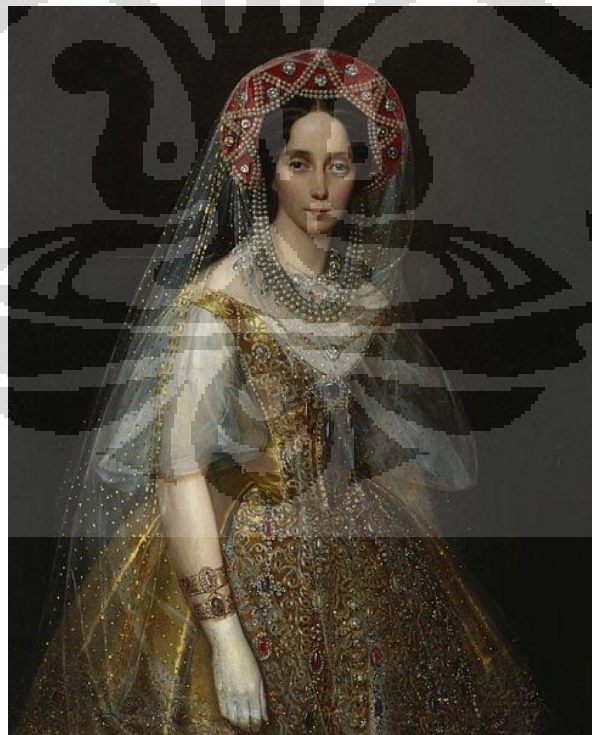
⁴ Adibusana yang lebih dikenal dalam bahasa Prancis yaitu *Haute Couture*, adalah sebuah ungkapan Prancis untuk menyebut mode tingkat tinggi. *Couture* berarti tata busana atau menjahit, sedangkan *Haute* berarti elegan atau tinggi (http://www.fashion-era.com/haute_couture.htm diunduh pada 6 Juni 2012, pk. 14:31). Pakaian yang masuk dalam kategori adibusana merupakan pakaian yang eksklusif, dikarenakan sang desainer membuatnya ketelitian tingkat tinggi yang membutuhkan waktu 100-1000 jam kerja manual, dan sangat terbatas.

⁵ *Chambre Syndicale de la Haute Couture Parisienne* adalah sebuah asosiasi rumah mode adibusana (http://www.fashion-era.com/chambre_syndicale.htm diunduh pada 6 Juni 2012, pk 14:45).

di era Federasi Rusia yang akan dibahas di bab selanjutnya. Di Rusia sendiri, perubahan ideologi pemerintahan sangat berdampak pada bidang mode. Karenanya untuk menjelaskan sejarah mode di Rusia, bab ini akan dibagi dalam dua sub bab yaitu mode Rusia di era Kekaisaran dan mode Rusia di era Uni Soviet.

2. 2 Mode Rusia di Era Kekaisaran

Monarki atau sistem kerajaan adalah sistem pemerintahan tertua di dunia yang banyak dipakai dari sejak jaman dahulu hingga abad 20. Karakteristiknya adalah menguasai banyak bangsa dan wilayah besar yang menjadi tantangan besar di jaman pra-modern. Rusia terkenal dengan keindahan pakaian tradisionalnya; pakaian-pakaian terbuat dari sutra, jubah panjang dibordir emas dan dijahit dengan mutiara dan permata. Pada masa itu, pakaian menunjukkan kelas dan posisi seseorang dalam masyarakat. Semakin megah pakaian yang dikenakan, semakin penting pula posisi orang tersebut, dan tentunya pakaian termegah hanya dimiliki para Tsar dan Tsarina.



Gambar 2.2.1 Tsarina Maria Alexandrova, 1850.

(Sumber: <http://thedreamstress.com/2010/07/rate-the-dress-maria-alexandranova-by-ivan-makarov/>)



Gambar 2.2.2 Putri Orlova Davydova dalam kostum pesta topeng-nya tahun 1903

(sumber:http://www.courtauld.ac.uk/gallery/archive/hermitagerooms/StPetersburg_photos/princess.shtml)

Gambar 2.2.1 yaitu gambar Tsarina Maria Alexandrova., dan gambar 2.2.2 adalah gambar Putri Orlova Davydova yang sama-sama memakai berbagai bentuk modifikasi topi khas Rusia yaitu *Kokoshnik*. Tom Barton dalam artikelnya yang berjudul *Russian Origin: Kokoshnik* yang dipublikasikan oleh situs berita *Russian Today*⁶ menyebutkan bahwa *kokoshnik* yang berasal dari kata Rusia kuno yaitu

⁶ <http://russiapedia.rt.com/of-russian-origin/kokoshnik/>

kokosh yang berarti ayam betina, digunakan oleh para wanita yang sudah menikah. Pada masa itu, tidak ada wanita menikah yang memperlihatkan rambutnya, mereka memakai *kokoshnik* untuk menutupi rambut mereka.



Gambar 2.2.3 Tsarina Xenia Alexandrovna, 1903.

(Sumber: www.russianfashionblog.com)



Gambar 2.2.4 Tsarina Maria Ilyichna dan Tsar Alexei Mikhailovich Februari 1903.

Gambar 2.2.3 adalah gambar Tsarina Xenia Alexandrovna Romanova ketika menghadiri pesta dansa musim dingin di St. Petersburg tahun 1903, dan gambar 2.2.4 adalah gambar Tsarina Maria dan Tsar Alexei. Di gambar tersebut terlihat bahwa para tsarina memakai *kokoshnik* dan pakaian khas Rusia yaitu kaftan Rusia. Pakaian mereka dibuat semegah mungkin karena statusnya sebagai Tsar dan Tsarina. Pada masa kekaisaran, evolusi mode terbesar dalam sejarah masyarakat Rusia hanya terjadi dibawah pemerintahan Tsar Peter I.

2.2.1 Peter I (1682-1725)

Peter I atau lebih dikenal dengan sebutan Peter Agung, adalah seorang tsar yang memimpin kekaisaran Rusia pada tahun 1682 sampai 1725 (Hughes 2003:291). Ia berperan besar dalam kemajuan Rusia. Seorang sejarawan Rusia, Nikolai Pogodin, berkata bahwa Rusia yang sekarang adalah kreasi dari Peter Agung (Hughes 2003:291). Pada tahun 1697 sampai 1698 Rusia mempunyai misi keliling Eropa Barat dalam rangka mencari dukungan dalam perang menghadapi Turki (Fahrurodji 2005:68), Peter Agung ikut dalam misi tersebut. Dalam perjalanannya, Peter Agung melihat perkembangan Negara-Negara tersebut, kemudian ia menyadari bahwa Rusia sangat tertinggal. Saat pulang ke Rusia, Peter Agung melakukan reformasi di segala bidang dengan tujuan agar Rusia lebih modern dan setara dengan negara-negara Eropa lainnya. Ia memodernkan Rusia dengan kiblat barat. Reformasi yang ia lakukan berpengaruh besar di segala bidang kehidupan masyarakat Rusia, tak terkecuali di bidang mode.



Gambar 2.2.1.1 Peter Agung

(<http://www.nndb.com/people/599/000078365/>)

Gambar diatas adalah lukisan Peter Agung dengan bajunya yang mengikuti standar baju raja Eropa Barat. Hal ini membuktikan bahwa modern atau tidaknya suatu negara dapat dilihat dari pakaian yang dikenakan. Peter Agung berusaha keras memodernkan Rusia dibawah pemerintahannya, salah satu contoh perubahan yang dilakukan Peter Agung dalam dunia mode Rusia yaitu kebijakan untuk memotong janggut, karena menurutnya janggut adalah simbol ketertinggalan. Pada masa itu, para bangsawan Rusia atau para kaum Boyar⁷ memelihara janggut mereka dan memakai pakaian khas Rusia yaitu Kaftan Rusia. Peter Agung yang tidak melihat pemeliharaan janggut panjang dan pemakaian Kaftan di negara-negara yang ia kunjungi, langsung memerintahkan para bangsawan untuk memotong janggut mereka dan juga berpakaian ala barat karena menurutnya kaftan tersebut terlalu panjang dan menghalangi gerakan.



⁷ Boyar adalah kelas atas dalam masyarakat Rus. Biasanya berasal dari keturunan kalangan bangsawan ternama (Fahrurodji 2005:12).

Gambar 2.2.1.2 Kaftan Rusia berbahan sutera emas bertahtakan bebatuan dan mutiara oleh I. I. Caffi

(<http://www.vam.ac.uk/images/image/52450-popup.html>)

Gambar diatas adalah gambar kaftan tradisional Rusia karya I.I. Caffi. Pemakaian kaftan kemudian dilarang Peter Agung dengan alasan kaftan terlalu panjang sehingga menghalangi pergerakan. Dalam kurun waktu 5 tahun Moskow dan kota besar lainnya berubah, tidak ada lagi rakyat yang memakai pakaian ala Rusia kuno, para rakyat yang masih menolak untuk berpakaian ala mode terbaru menghindari untuk masuk ke kota dikarenakan Peter Agung menempatkan penjaga disetiap pintu masuk kota besar untuk memperhatikan pakaian para rakyat (Ruane 2009:51).

Peter Agung juga membuat peraturan lain yang berkaitan dengan pakaian yaitu pakaian ala barat harus dikenakan oleh semua bangsawan, anggota dewan dan peradilan, pejabat pemerintahan, seluruh rakyat Moskow, dan seluruh rakyat yang tinggal di kota besar, kecuali para pemuka agama dan para petani. Peter Agung juga menetapkan standar model pakaian yang harus mereka pakai, gaun atas harus bermodel potongan Saxon dari Perancis, dan gaun bawah termasuk rompi, celana, sepatu *boots*, dan topi, harus bergaya ala Jerman, hal ini juga berlaku untuk para wanita, termasuk istri para pendeta, tentara, anak-anak mereka, semua harus memakai pakaian ala barat (Vernadsky 1972:235).



Gambar 2.2.1.3 Contoh model pakaian dalam ala Barat yang ditetapkan oleh Peter Agung

(http://www.vivays-publishing.com/russian_elegance.htm)

Gambar diatas adalah contoh model pakaian dalam ala Eropa Barat yang diperintahkan pemakaiannya oleh Peter Agung. Pakaian dalam bergaya Eropa tersebut terdiri dari korset dan berbagai bentuk dalaman rok. Mulai saat itu, tidak ada lagi yang boleh memakai baju-baju khas Rusia yang sebelumnya mereka pakai. Peter Agung menempatkan penjaga-penjaga disetiap gerbang kota untuk memperhatikan gaya berpakaian rakyat, jika ada yang melanggar, mereka tidak diperkenankan memasuki kota dan wajib membayar denda (Ruane 2009:49).

Peter Agung mengubah cara berpakaian masyarakat Rusia khususnya para Tsar dan Tsarina. Sepeninggalan Peter Agung, standar mode yang berkiblat ke Eropa Barat-pun menurun ke Tsar dan Tsarina setelahnya. Contohnya pada gambar 2.2.1.5 dan 2.2.1.6 yaitu gaun Katerina II yang mengikuti standar mode Eropa Barat.



Gambar 2.2.1.4 Gaun Katerina Agung

<http://nelietatravellingadventures.blogspot.com/2011/03/costumes-from-medieval-times-in-kremlin.html>



Gambar 2.2.1.5 Gaun Katerina Agung

(<http://nelietatravellingadventures.blogspot.com/2011/03/costumes-from-medieval-times-in-kremlin.html>)

Gaun diatas adalah gaun-gaun para bangsawan Eropa. Gaun-gaun wanita Eropa pada masa itu mengedepankan keanggunan dan kemewahan. Gaun diatas menyimbolkan keanggunan, terlihat dari pemakaian korset dan bentuk korset yang menyempit di bagian pinggul. Gaun diatas juga menyimbolkan status kelas atas, jika dilihat dari ukuran kurungan pinggul yang sangat besar, karena pada masa tersebut semakin besar kurungan pinggul gaun seseorang, semakin tinggi juga kelas sosialnya di masyarakat. Selain itu, kemegahan border, desain, warna, dan tekstur bahan gaun diatas juga menyiratkan bahwa gaun tersebut adalah gaun kelas atas.

2.3 Mode Rusia di Era Uni Soviet

Hubungan erat antara pakaian dan sosialisme dimulai sejak revolusi 1917 ketika kaum Bolshevik yang diketuai Vladimir Ilyich Lenin menjatuhkan rezim Tsar dan membentuk Uni Soviet, revolusi tersebut juga berkontribusi dalam berubahnya fungsi pakaian dalam masyarakat Soviet dan juga standar mode masyarakat Soviet. Sebenarnya ide sosialis tentang kesetaraan diantara manusia sudah pernah muncul dalam literatur utopis dan pemikiran politik dari abad ke-16. Tokohnya yaitu Thomas More atau yang lebih dikenal dengan nama Saint Thomas More dalam bukunya berjudul *Utopia* yang pertama kali terbit tahun 1516, ia berpendapat bahwa masyarakat yang rasional dan bahagia hendaknya hanya memiliki sedikit perbedaan dalam berpakaian. Ia juga berpendapat bahwa semua orang harus memakai barang yang sama dan hanya mempunyai satu set pakaian yang tidak memanjakan mata. Gagasan-gagasan bahwa mode adalah musuh dari kesetaraan masyarakat sangat ditekankan dalam tulisan-tulisan politik, sastra, dan teori di abad ke-19. Kaum Bolshevik kemudian menjadikan pemikiran utopis tentang pakaian ini sebagai ideologi resmi. Setelah sebelumnya pakaian juga berfungsi sebagai simbol perbedaan, namun di era Soviet perbedaan hanya ditentukan dari profesi, lingkungan (perkotaan

atau pedesaan), nasional, dan budaya (Loscialpo 2010:6). Mereka menganggap industri mode barat sebagai kapitalisme industri dan pengaruh borjuis barat, semenjak itu mode menjadi sebuah aktifitas yang dibenci (Bartlett 2010:110). Soviet juga meninggalkan standar mode barat dan membuat standar mode sendiri.

2.3.1 Vladimir Ilyich Lenin (1917-1924)

Tahun-tahun pertama setelah revolusi ketika Bolshevik memutuskan untuk tidak mengikuti standar berpakaian ala barat, mereka-pun bingung menetapkan standar bagaimana seharusnya masyarakat berpakaian. Kemudian muncullah para seniman konstruktivis, Luibov Popova dan Varvara Stepanova, yang merancang pakaian sesuai dengan ideologi komunis yang kemudian dinamakan *prozodezhda* (pakaian produksi atau pakaian bekerja) untuk *First State Textile Print Factory* (Loscialpo 2010:6), pakaian *prozodezhda* berdisain simpel agar tidak menghalangi gerak. Penetapan *The New Economic Policy* (Kebijakan Ekonomi Baru) atau yang biasa disingkat NEP, oleh Lenin pada 1921 membuat mode barat kembali masuk ke Soviet (Kirsanova 2004:286). Seorang desainer bernama Alexandra Exteris yang juga merupakan seorang konstruktivis mendirikan *Atel'e Mod (Atelier of Fashion)* di Moscow berkerjasama dengan pabrik tekstil *The Moskvochvey* yang bertujuan untuk menyuplai prototipe pakaian untuk produksi massal dan melayani pelanggan individu yaitu kaum borjuis (Kirsanova 2004:286). Lalu pada tahun 1923, Lyubov Popova dan Varvara Stepanova menjadi desainer tekstil di pabrik tekstil pertama milik negara di Moscow, dan memproduksi massal semua pakaian *prozodezhda* (Bartlett 2010:115). Namun, pakaian ini tidak diminati masyarakat.



Gambar 2.3.1.1 Gaun berciri konstruktivis oleh Alexandra Exter (kiri) dan Liubov Popova (kanan) tahun 1922.

[\(http://sundaymagazinepaperdoll.wordpress.com/2010/05/24/all-that-glitters/\)](http://sundaymagazinepaperdoll.wordpress.com/2010/05/24/all-that-glitters/)



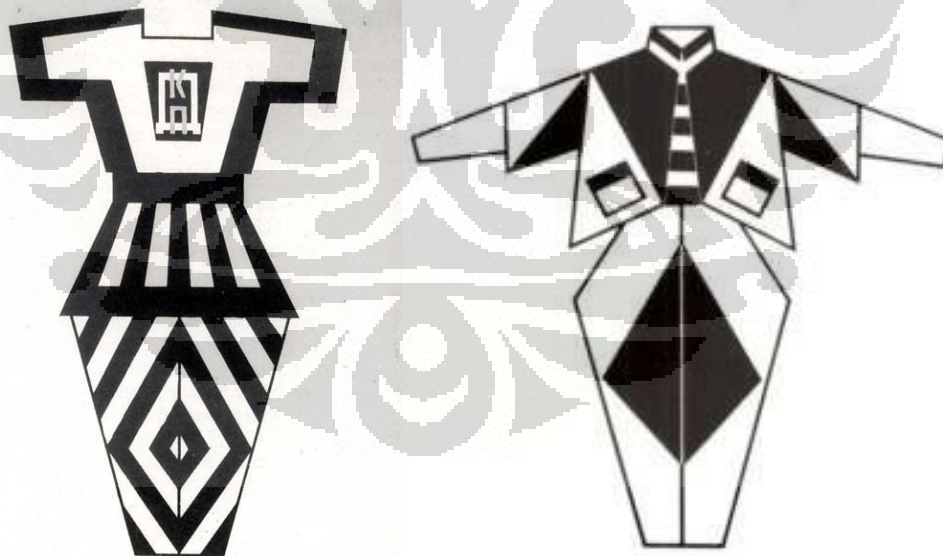
Gambar 2.3.1.2 Disain Varvara Stepanova untuk pakaian kerja dan pakaian olahraga tahun 1923.

(<http://eipcp.net/transversal/0910/kiaer/en>)



Gambar 2.3.1.3 Desain Varvara Stepanova

(<http://natashaganelina.blogspot.com/2010/11/varvara-stepanova.html>)



2.3.1.4 Desain Varvara Stepanova untuk pertunjukan The Death of Tarelkin, 1922.

(www.tumblr.com)



Gambar 2.3.1.5 Desain Lyubov Popova tahun 1924

(http://artinvestment.ru/en/news/exhibitions/20100605_indposhiv.html)



Gambar 2.3.1.6 Desain Lyubov Popova tahun 1924 di jendela sebuah toko pakaian.

(http://artinvestment.ru/en/news/exhibitions/20100605_indposhiv.html)

Gambar-gambar diatas adalah desain-desain para desainer Soviet yang berciri khas motif konstruktivis. Garis-garis tegas dengan potongan sederhana yang menjadikan pakaian-pakaian tersebut tidak menghalangi gerak dan nyaman digunakan untuk bekerja.

Menurut artikel yang ditulis oleh Diana El-Bakri yang dipublikasikan di situs berita Russian Today berjudul *Soviet Fashion: The Beginning*⁸, El-Bakri mengatakan bahwa Soviet dibawah pemerintahan Lenin melarang rakyatnya untuk mengikuti trend mode Eropa Barat, karena jika seseorang berpakaian mengikuti mode berarti ia bekerja lebih sedikit daripada yang lain, mengingat mode di Rusia sejak masa Tsar Peter Agung yang modern berkiblat ke Eropa Barat membuat para pengikutnya membuang banyak waktu untuk berpakaian. Dengan kata lain, ideologi sosialis berpendapat bahwa mode menghalangi seseorang untuk bekerja dan yang paling penting, mode Eropa Barat yang identik dengan kemewahan bertentangan dengan ideologi sosialis. Namun keinginan seseorang untuk terlihat lebih indah dari yang lain tentu saja tidak bisa dimusnahkan begitu saja, yang terjadi adalah sebagian masyarakat tetap saja berpakaian mencolok. El-Bakri lebih lanjut mengatakan bahwa mereka yang berani untuk tampil modis pada masa itu harus menghadapi berbagai spekulasi dan bahkan perampokan. Mereka disebut dengan panggilan *stilyaga* yang memiliki konotasi negatif. Masyarakat umumnya membuat pakaiannya masing-masing dikarenakan sulitnya akses untuk membeli pakaian, bahan, maupun aksesoris, mereka mendisain pakaiannya sendiri yang biasanya didapatkan melalui majalah, imajinasi pribadi atau mengikuti gaya berpakaian sekitarnya⁹.

Selanjutnya muncul Nadezhda Petrovna Lamanova (1861-1941) yang merupakan satu-satunya desainer profesional di awal masa Soviet. Sebelumnya ia

⁸ <http://rt.com/art-and-culture/columns/inspired/soviet-fashion-the-beginning/> diakses pada 22 Maret 2012 pukul 21.44.

⁹ www.sovietvintageuk.com diakses pada 22 Maret 2012 pukul 21.30.

merancang pakaian untuk keluarga kerajaan dan istri para petinggi, namun revolusi membuatnya harus kehilangan statusnya sebagai disainer papan atas, ia kemudian banyak terlibat dalam pembentukan pakaian sosialis, ia bekerja sebagai disainer kostum untuk teater dan film (Bartlett 2010:187). Koleksinya yang dinamakan “*Russian National*” menerima *grand prix* dari pameran internasional industri modern dan seni dekoratif saat pameran dunia di Paris tahun 1925, walaupun semua pakaian karyanya terbuat dari bahan handuk karena tidak ada bahan bagus di Soviet pada masa itu.



Gambar 2.3.1.7 Desain Nadezhda Petrovna Lamanova

Gambar diatas adalah salah satu kostum hasil karya Nadezhda Lamanova berbahan handuk yang digunakan sebagai kostum teater dan film di Rusia.

2.3.2 Josef Vissarionovich Dzugashvili “Stalin” (1924-1953)

Stalin memiliki nama asli Josef Vissarionovich Dzugashvili, nama “Stalin” sebenarnya adalah sebuah julukan konspiratif yang berasal dari kata besi dalam bahasa Rusia (сталь) (Gill 2003:130). Pada masa pemerintahan Stalin, ia memulai kebijakan pertanian kolektif (*kolkhoz*) sebagai upaya menerapkan sosialisme di bidang pertanian, mengatasi krisis pangan, dan meningkatkan produktivitas petani

buruh. Stalin juga memperkenalkan *The First Five Year Plan* (Rencana Lima Tahun Pertama) pada 1929 untuk menggantikan *NEP* dan berfokus pada pembangunan industri nasional untuk menciptakan alat-alat pertanian dan material berat untuk mensukseskan *kolkhoz*.



Gambar 2.3.2.1 Para wanita pekerja kolkhoz

(Sumber: <http://russiapedia.rt.com/of-russian-origin/kolkhoz/>)



Gambar 2.3.2.2 Patung Rabochiy i Kolkhoznitsa

(Sumber:http://www.anothermag.com/loves/view/14454/Worker__Kolkhoz_Woman_by_Vera_Mukhina_Moscow_1937_)

Gambar 2.3.2.1 adalah gambar perempuan *kolkhoz* yang khas dengan pakaian bertani-nya. Gambar 2.3.2.2 adalah patung *Rabochiy i Kolkhoznitsa* (Pekerja dan Wanita *Kolkhoz*) setinggi 24.5 meter yang dibuat oleh Vera Mukhina untuk *World Fair* pada 1937. Patung tersebut menggambarkan pekerja yang memegang palu dan wanita *kolkhoz* yang memegang arit.

Stalin sadar akan pentingnya mode dan menggunakan mode sebagai medium untuk menyalurkan kebijakan politik baru-nya. Pertengahan tahun 1930-an, rezim Stalin mendorong perbedaan sosial dengan membuat perbedaan besar dalam hal gaji dan hal ini menciptakan kelas menengah sosialis yang baru (Bartlett 2010:253), yang tentunya langsung berdampak dalam cara berpakaian masyarakat. Untuk pertama

kalinya komunisme mengakui hubungan mode dengan feminitas dan perhiasan, dan memperbolehkan mode menjadi budaya massa.

Pada tahun 1935 Stalin membuat *Dom Modelei (Rumah Mode)* yang menjadi pusat prototipe mode Soviet, pembukaan *Dom Modelei* diliput banyak surat kabar (Bartlett 2010:260). *Dom Modelei* dikelola oleh Nadezhda Makarova sebagai desainer dan direktur utamanya, dan juga Nadezhda Lamanova, sebagai konsultan artistik (Bowlt 1985:203). *Dom Modelei* kemudian mengundang Elsa Schiaparelli seorang desainer mode dan pionir rumah mode asal Italia, untuk melakukan kolaborasi dalam produksi pakaian walaupun pada akhirnya disain dari Schiaparelli dinyatakan tidak layak produksi oleh nomenklatura¹⁰ dengan alasan baju yang didesain Schiaparelli berkantong besar yang menurut mereka akan mengundang perampokan (Heyman 2010:7). *Dom Modelei* telah memproduksi 4.297 model pakaian sejak oktober 1935 sampai juni 1936, dan model pakaian ini telah diproduksi oleh pabrik tekstil dari Moskow sampai Ukraina, Bellowusia, Georgia, dan Azerbaijan (Bartlett 2010:260). *Dom Modelei* juga mengeluarkan dua majalah mode yaitu *Zhurnal Mod* (Jurnal Mode) yang terbit setiap bulan, dan juga majalah dua tahunan *Modeli Sezona* (Musim Mode) yang publikasinya dikontrol oleh *Ministry of Light Industry*.

¹⁰ Istilah nomenklatura dipakai pada masa Uni Soviet khususnya periode Stalin dan Post-Stalin untuk menyebutkan anggota dari Pemerintahan Soviet. Anggota dari nomenklatura termasuk didalamnya anggota Partai Komunis (sekertaris Partai dari berbagai organisasi Partai), pemerintah, dan pejabat senior tentara Soviet yang mana merupakan anggota Partai Komunis (L. Weeks 2003:182).



Gambar 2.3.2.3 Majalah Zhurnal Mod tahun 1937.

(<http://www.realussr.com/ussr/the-fashions-of-the-war-times>)



Gambar 2.3.2.4 Majalah Mody tahun 1939-1940.

(<http://www.realussr.com/ussr/the-fashions-of-the-war-times/>)



Gambar 2.3.2.5 Majalah Modeli Sezona tahun 1940-1941.

(<http://www.realussr.com/ussr/the-fashions-of-the-war-times/>)



Gambar 2.3.2.6 Majalah Modeli Sezona tahun 1941.

(<http://www.realussr.com/ussr/the-fashions-of-the-war-times/>)



Gambar 2.3.2.7 Tampak dalam majalah Modeli Sezona tahun 1941 yang menampilkan berbagai macam model pakaian.

(<http://www.realussr.com/ussr/the-fashions-of-the-war-times/>)

Gambar-gambar diatas adalah gambar sampul majalah-majalah yang beredar pada masa Stalin. Disitu terlihat keseragaman desain baju dari tahun ke tahun. Keberadaan rumah mode, desainer, *ateliers*¹¹, dan majalah mode tersebut semakin membuktikan bahwa industri mode Rusia dibawah pemerintahan Stalin tidak benar-benar mati, dan lebih maju jika dibandingkan dengan pemerintahan Lenin. Walaupun mode dibawah pemerintahan Stalin cukup maju, namun masyarakat tetap tidak mendapatkan kebebasan absolut dalam memakai pakaian yang terlalu mewah dalam standar Soviet. Negara masih mengontrol ketat produksi pakaian dan Soviet pun

¹¹ Studio workshop untuk para seniman dan disainer (www.thefreedictionary.com).

masih sangat terisolasi dari dunia luar hal tersebut lagi-lagi dikarenakan ideologi sosialis yang oleh Soviet bertentangan dengan kemewahan.

2.3.3 Nikita Sergejevich Khrushchev (1956-1964)

Reformasi dalam bidang mode kembali terjadi ketika Khrushchev memegang kendali pada 1956 dengan perlahan membuka Uni Soviet ke Barat, sebagai dampaknya, sikap kaku terhadap mode barat mulai melunak, masyarakat mulai meniru mode Barat (Bartlett 2010:264). Setelah sekian lama menutup diri dari mode Barat, Soviet-pun mulai membuka diri. Ia mengirim jurnalis keluar negeri untuk meliput tren mode terkini (Bartlett 2010:141). Pada tahun 1959, Christian Dior menggelar *fashion show* di Moscow, dan *International Fashion Festival*-pun bertempat di Moscow, salah satu desainer yang berpartisipasi adalah Coco Chanel (Tatiana 1991:70).



Gambar 2.3.3.1 Model Dior ketika melakukan pemotretan di Moscow.

(<http://www.realussr.com/ussr/christian-dior-in-moscow-a-fleeting-sense-of-happiness/>)



Gambar 2.3.3.2 Model Dior ketika melakukan pemotretan di Moscow.

(<http://www.realussr.com/ussr/christian-dior-in-moscow-a-fleeting-sense-of-happiness/>)

Dua gambar diatas memperlihatkan antusiasme masyarakat Rusia ketika melihat pemotretan yang dilakukan oleh rumah mode Dior. Melunaknya Soviet terhadap mode Barat membuat masyarakat masih ‘kaget’ dengan hal tersebut.



Gambar 2.3.3.3 Istri Khrushchev, Nina Petrovna bersama Jacqueline Kennedy

(Sumber: <http://englishrussia.com/2010/01/07/story-of-one-photo-5/>)

Gambar diatas adalah foto istri Khrushchev, Nina Petrovna bersama Jacqueline Kennedy. Terlihat sekali perbedaan gaya hidup diantara keduanya, pakaian Nina Petrovna mencerminkan kesederhanaan ala Soviet, sedangkan pakaian Jacqueline Kennedy mencerminkan modernitas Amerika. Soviet di masa kepemimpinan Khrushchev perlahan-lahan menyambut masuknya mode Barat. Hal ini mengakibatkan industri mode pada saat itu mengalami kemajuan jika dibandingkan dengan mode Soviet di era Stalin. Desainer-desainer Soviet kerap kali mengikuti kontes-kontes dan pameran pakaian internasional. Namun, Soviet masih mengontrol ketat masuknya mode Barat dan negara tetap tidak memperbolehkan masuknya butik Barat.

2.3.4 Leonid Brezhnev (1964-1982)

Di masa pemerintahan Brezhnev, *Dom Modelei* yang menjadi pusat prototipe mode Soviet semakin meniru tren mode Barat (Bartlett 2010:213), namun Soviet masih terus berusaha menciptakan tren mode sendiri. Sebagai contoh, munculnya tren mode bergaya luar angkasa yang terinspirasi oleh kecanggihan teknologi Soviet. Tahun 1965 kosmonot Soviet, Aleksei Leonov menjadi orang pertama yang berjalan di luar angkasa dalam misi Voskhod II, dan tahun 1969 Apolo 11 mendarat di bulan. Kemajuan teknologi Soviet membuat dunia kagum dan tren mode bergaya luar angkasa populer pada masa itu.



Gambar 2.3.4.1 Koleksi Gemini 4 oleh Emilio Pucci, 1965

(Sumber: <http://walterjameswilde.com/tag/christian-lacroix/>)

Gambar diatas adalah koleksi Gemini 4 karya desainer Italia, Emilio Pucci, yang terinspirasi dari kecanggihan teknologi Soviet.



Gambar 2.3.4.2 Viktoria Brezhneva

(Sumber:http://www.themoscowtimes.com/photos/large/2007_11/2007_11_09/brez_2.jpg)

Gambar diatas adalah foto istri dari Leonid Brezhnev yaitu Viktoria Brezhneva. Terlihat bahwa kesederhanaan ala Soviet masih menjadi standar mode Soviet, walaupun saat itu masyarakat Soviet mulai meniru mode Barat. Ketertarikan masyarakat Soviet akan mode ala Barat membuat munculnya permintaan tinggi akan produk mode bergaya Barat. *Dom Modelei* tidak bisa memenuhi permintaan masyarakat akan produk mode Barat (Bartlett 2010:216), sehingga produk mode tersebut sulit didapatkan di Soviet. Hal ini mengakibatkan timbul pasar-pasar gelap yang menjual produk Barat.

2.3.5 Mikhail Sergeyevich Gorbachev (1985-1991)

Revolusi mode kembali terjadi ketika Mikhail Gorbachev menjadi sekretaris jenderal partai komunis Soviet pada 1985. Ia mereformasi kekacauan sistem Soviet dengan menyerukan *glasnost* (keterbukaan) dalam diskusi publik, *perestroika* (rekstrukturisasi) dalam sistem ekonomi dan politik, dan *novoye mneniya* (pemikiran baru) dalam kebijakan luar negeri. 3 slogan ini memisahkan diri dari ideologi pemimpin Soviet sebelumnya dan menyarankan merubah kediktatoran ke arah Soviet yang demokratis (Linden 2004:559). Gorbachev mengubah rezim-rezim sebelumnya yang tidak mengakui suara publik diluar suara nomenklatura, negara mengontrol media. Semua hal yang tidak berbau politik, akademik, sastra, dan publikasi ilmiah tunduk kepada sensor (Linden 2004:560). Setelah selama lebih dari 60 tahun Negara mengontrol semua produk budaya yang masuk, sekarang semua dibebaskan untuk masuk (Woll 1991:105).

Berubahnya kebijakan politik yang dilakukan Gorbachev sangat mempermudah para desainer untuk lebih berkreasi dan juga disainer internasional untuk membuka butiknya di Moscow, St. Peterburg, dan kota lainnya (Kirsanova 2005:127). Masyarakat mulai memperoleh kebebasan berpakaian. Raisa Gorbachev, istri dari Mikhail Gorbachev, menjadi *style icon* masyarakat karena penampilannya yang glamor dan *fashionable* (Brown 2004:538) dan modern. Semua yang ia kenakan menjadi incaran para pecinta mode. Dunia mode Soviet mengalami kebangkitan yang besar di era Gorbachev.



Gambar 2.3.4.1 Presiden Reagan dan Nancy Reagan dengan Gorbachev dan Raisa Gorbachev.

(<http://www.reagan.utexas.edu/archives/photographs/gorby.html>)



Gambar 2.3.4.2 Raisa Gorbachev bersama Nancy Reagan dan Gorbachev

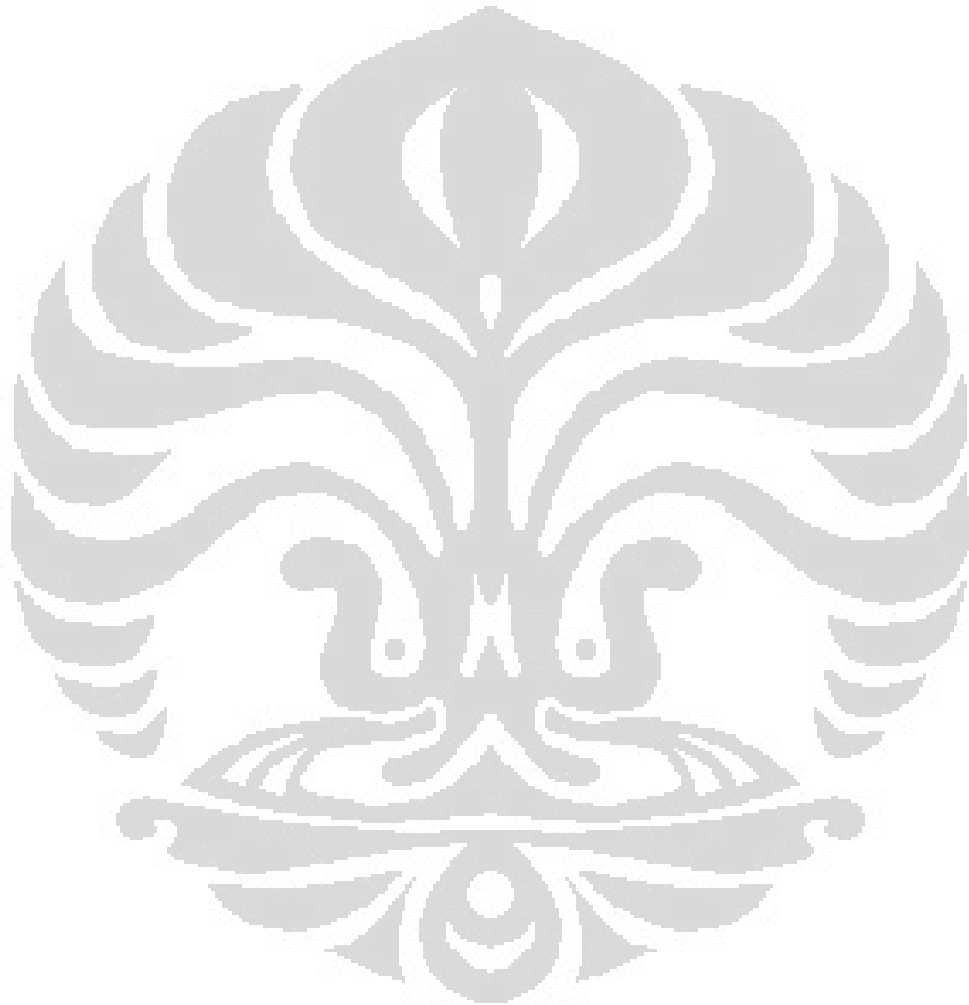
(Sumber: http://www.englishskills.com/Sample_eng.htm)

Gambar-gambar diatas adalah foto Raisa Gorbachev, terlihat bahwa pakaian yang dikenakan Raisa modern dan bergaya Barat. Hal ini dikarenakan standar mode Soviet yang perlahan beralih ke Barat sebagai imbas dari bebasnya arus informasi.

2.4 Simpulan

Evolusi mode di Rusia selalu terjadi seiring dengan pergantian kekuasaan. Rusia pada era kekaisaran memiliki Tsar Peter Agung (1682-1725) yang mengubah standar mode di Rusia dengan westernisasi yang ia lakukan. Runtuhnya era kekaisaran menjadi era Uni Soviet membuat mode pada era tersebut berhubungan erat dengan ideologi sosialisme yang dianut, berbagai pemimpin Uni Soviet-pun memiliki sumbangan tersendiri dalam bidang mode. Lenin (1917-1924) memutuskan untuk tidak mengikuti standar mode Barat, Soviet menciptakan standar mode sendiri dengan mendirikan *Atel'e Mod (Atelier of Fashion)* bekerjasama dengan pabrik tekstil *The Moskvochvey* yang menciptakan pakaian *prozodezhda* yaitu prototipe pakaian untuk masyarakat. Stalin (1924-1953) yang menyadari pentingnya mode membuat *Dom Modelei* (Rumah Mode) yang menjadi pusat prototipe mode Soviet, dan mengeluarkan dua majalah mode yaitu *Zhurnal Mod* (Jurnal Mode) dan *Modeli Sezona* (Musim Mode). Khrushchev (1956-1964) yang perlahan membuka Uni Soviet ke Barat membuat kekakuan masyarakat akan mode asal Barat melunak, ia mengirim jurnalis untuk meliput tren mode dan desainer-desainer Soviet untuk mengikuti kontes internasional, masyarakat pun mulai meniru mode Barat. Sebagai dampak dari pemerintahan Khrushchev, di era Brezhnev (1964-1982) antusiasme masyarakat terhadap produk mode Barat cukup tinggi yang pada akhirnya menyebabkan *Dom Modelei* menerima banyak permintaan akan produk mode Barat. Singkatnya periode kepemimpinan Yuri Andropov (1982-1984) dan Konstantin Cherenko (1984-1985) mengakibatkan tidak adanya perubahan signifikan dalam bidang mode. Era Gorbachev (1985-1991) dengan *glasnost* dan *perestroika*-nya membuat dunia mode di Soviet mulai mengalami kebebasan dalam hal berpakaian maupun memilih standard mode. Uni Soviet runtuh dan membentuk Federasi Rusia pada 1991 dengan Boris Yeltsin sebagai presiden (John B 1993:301). Hal tersebut menandakan

kebebasan yang absolut terhadap dunia mode Rusia. Industri mode Rusia-pun bangkit dan berkembang menanggapi tantangan globalisasi.



BAB III

DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP PERKEMBANGAN MODE FEDERASI RUSIA TAHUN 1998-2011.

3.1 Pengantar

Dalam bab sebelumnya, penulis telah menjelaskan tentang sejarah mode Rusia di era Kekaisaran dan Uni Soviet. Disitu terlihat bahwa revolusi mode di Rusia selalu terjadi seiring dengan pergantian kekuasaan. Uni Soviet runtuh dan membentuk Federasi Rusia pada 1991 dengan Boris Yeltsin sebagai presiden (John B 1993:301). Hal tersebut menandakan kebebasan yang absolut terhadap dunia mode di Rusia. Industri mode Rusia-pun bangkit dan berkembang menanggapi tantangan globalisasi.

Hantaman globalisasi tidak bisa dihindari dan perlahan-lahan menjadi hal yang biasa bagi masyarakat, khususnya di abad 21 yang semakin modern. Dalam bidang mode, globalisasi telah mengubah jalannya industri mode internasional dan menciptakan pola yang universal dan homogen. Merujuk pada *the trickle down theory of fashion* oleh Georg Simmel yang mengatakan bahwa kelas rendah yaitu kelompok subordinat yang memiliki kecenderungan untuk mengimitasi kelompok superordinat agar mendapatkan status baru yang lebih baik.

Industri mode internasional telah tumbuh menjadi industri miliaran dolar. London, New York, Paris, dan Milan¹² adalah kota-kota yang disebut sebagai ibu kota mode internasional. Kota-kota tersebut menjadi ibu kota dan kiblat mode mancanegara karena kehadiran berbagai acara mode yang rutin diadakan di setiap musim mode (*spring, summer, fall, winter*), dan dari kota-kota tersebut banyak bermunculan desainer-desainer papan atas. Para pemeran utama yang mengendalikan standar mode internasional berkumpul di kota-kota tersebut, antara lain yaitu para desainer papan atas yang memiliki peran sebagai pencipta tren (contohnya para

¹² <http://www.languagemonitor.com/fashion/london-overtakes-new-york-as-top-global-fashion-capital/> diakses pada 21 mei 2012 pukul 17:58.

desainer dibalik *brand*¹³ *high fashion* maupun *luxury fashion brand*¹⁴ yaitu Chanel, D&G, Versace, Louis Vuitton, Dior, dsb.), dan para editor majalah mode yang menjadi penyambung lidah antara konsumen dan desainer (contohnya: para editor dari majalah Vogue, Bazaar, Elle, i;D dsb.). Para desainer dan editor mode itulah yang penulis analogikan sebagai kelompok superordinat yang memegang kendali atas pergantian tren di dunia mode internasional, sedangkan kelompok subordinat penulis analogikan sebagai semua pecinta mode internasional yang mengikuti standard mode yang diciptakan kelompok superordinat. Seperti yang dikatakan Elizabeth Wilson dalam bukunya *Adorned in Dreams* yang terbit tahun 2003, bahwa para desainer dan editor berperan penting dalam penentuan tren mode, standar mode yang mereka ciptakan kemudian diikuti oleh para pecinta mode.

Selanjutnya dalam bab ini, penulis akan membuktikan bahwa pergantian kekuasaan, khususnya perubahan ideologi dari era Uni Soviet ke era Federasi Rusia khususnya tahun 1998 sampai tahun 2012 memberikan dampak pada bidang mode, dan masyarakat Rusia menggunakan mode untuk mengekspresikan era baru yang

¹³ *Brand* atau merek adalah sebuah nama yang mengacu pada produk dari produsen tertentu dan kategori tertentu. Sebuah *brand* mencakup kualitas nyata seperti tampilan, data kinerja, kemasan, dan jaminan atau garansi yang melekat pada *brand* tersebut (A. Aaker 1991:15). *Brand* bukan sekedar produk, itu adalah esensi dari produk tersebut, arti dan arahnya, dan sebuah *brand* mendefinisikan identitasnya dalam waktu dan ruang (J. Kapferer). *Brand* bukan sekedar nama dari perusahaan yang menghasilkan sebuah produk, namun sebuah *brand* mencerminkan kualitas, gaya, dan kelas.

¹⁴ Jørgensen & Hansen (2005) membagi segmentasi mode dalam empat kategori yaitu:

1. *Fashion brands*

Kategori ini adalah produk fesyen yang sangat mudah diakses. Material yang dipakai adalah material yang paling murah, dan toko-tokonya terdapat di seluruh dunia. Produksi massal adalah ciri khas dari kategori ini. Contoh dari *fashion brands* adalah H&M, Zara, Top Shop, Forever 21, dsb.

2. *Premium Fashion brands*

Produk fesyen yang ada di kategori ini lebih mahal jika dibandingkan dengan kategori sebelumnya, kategori ini berada diantara produksi massal dan eksklusif. Kategori ini berkompetisi dengan kategori dibawah dan diatasnya. Merek ini biasanya juga dipasarkan di seluruh dunia. Contohnya adalah Levis, Diesel, Esprit, Guess, Gap, dsb.

3. *Premium brands/ High Fashion brands/ Mass Luxury brands*

Brand ini cukup spesial karena mencoba untuk mengadaptasi konsep mewah untuk pasar massal. Produk fesyen kategori ini juga dipasarkan di seluruh dunia, namun sangat selektif untuk mendistribusikannya. Contohnya, Armani, Hugo Boss, Polo Ralph Lauren, D&G dsb.

4. *Luxury brands/ Prestige brands*

Produk fesyen yang termasuk dalam kategori ini diciptakan oleh material paling bagus dan memiliki level tertinggi dalam kerajinan tangan. Produk fesyen kategori ini juga dijual dengan harga paling tinggi dan hanya sedikit didistribusikan, namun mempunyai gerai eksklusif hamper di seluruh dunia. Contohnya adalah Louis Vuitton, Chanel, dan Cartier.

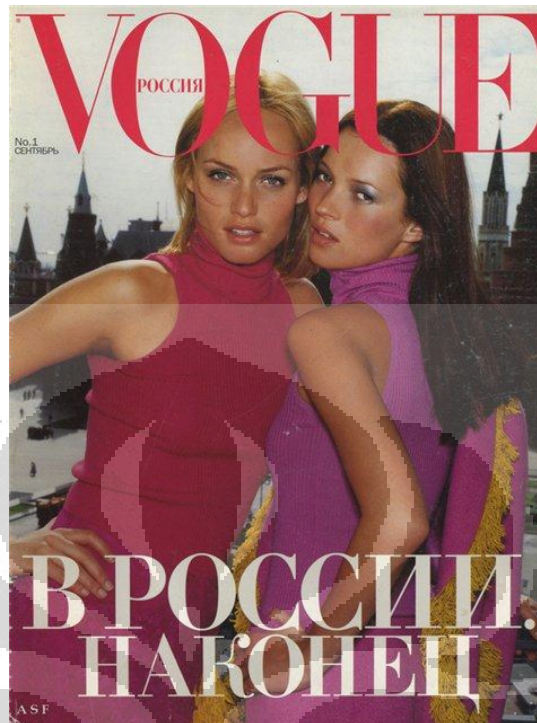
mereka alami, yaitu era globalisasi. Penulis mengambil tahun 1998 sampai 2011 dikarenakan tahun 1998 adalah tahun bangkitnya dunia mode di Rusia dengan masuknya perusahaan penerbit majalah mode, Conde Nast, dan diiringi dengan terbitnya majalah mode internasional pertama yaitu Vogue Russia pada September 1998. Selain itu, pasar produk mewah di Rusia pun baru berkembang pada tahun 1998, seperti yang dikatakan oleh Olga Mamonova, wakil presiden perusahaan JamilCo yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang barang mewah di Rusia, bahwa sampai tahun 1997 sulit untuk membangun bisnis produk mewah di Rusia dan masyarakat-pun tidak mengerti apa itu barang bermerek¹⁵. Dalam menganalisa hal tersebut, penulis akan membagi bab ini dalam dua sub bab, yaitu dunia mode Rusia: *From Pravda to Prada* dan *From Russsia to The World*.

3.2 Dunia Mode Rusia: *From Pravda to Prada*

Kebangkitan dunia mode di Rusia dimulai pada tahun 1998 ketika sebuah perusahaan penerbitan majalah mode Conde Nast menerbitkan majalah Vogue di Rusia. Hal itu tentunya memudahkan para pecinta mode di Rusia untuk mengikut perkembangan mode internasional. Media adalah salah satu elemen penting dalam system mode. Media memiliki fungsi penting dan dua fungsi yang harus digaris bawahi adalah komunikator dan *gatekeeper*¹⁶. Peran media sebagai komunikator adalah untuk mengkomunikasikan kepada publik, apa itu modis, apa yang akan menjadi barang paling dinanti di musim selanjutnya, selebriti mana yang paling modis, dsb. Masuknya majalah Vogue ke Federasi Rusia pada tahun 1998 mempermudah masyarakat Rusia mengikuti arus globalisasi dibidang mode.

¹⁵ Groskop, Viv. "How Russia's New Super Rich are buying Cool." The Observer online. 13 Jan. 2008. <guardian.co.uk > diakses pada 10 Mei 2012.

¹⁶ *Gatekeeper* adalah individu-individu atau sekelompok orang-orang yang memantau arus informasi dalam sebuah komunikasi massa (Nurudin, 2003).



Gambar 3.2.1 Vogue Russia September 1998

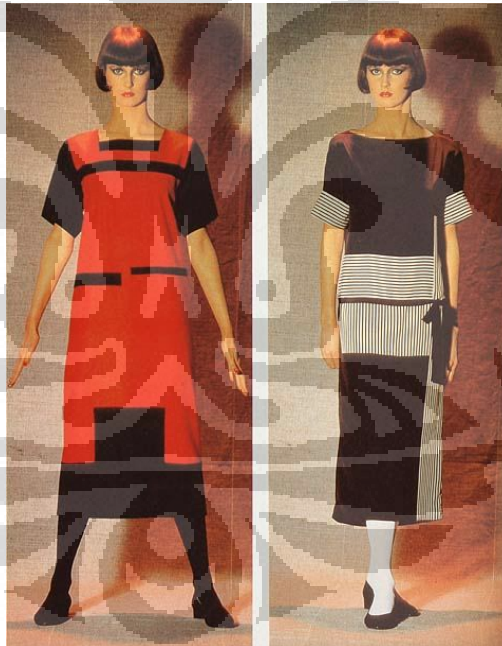
(Sumber: www.vogue.ru)



Gambar 3.2.2 Editorial mode Vogue Russia, September 1998.

(Sumber: www.vogue.ru, telah diolah kembali)

Gambar 3.2.1 adalah gambar cover Vogue Russia pertama dengan *headline* В РОССИИ НАКОМЕЦ (akhirnya di Rusia) dan mode covernya yaitu *supermodel* Kate Moss dan Amber Valetta yang difoto oleh Mario Testino. Gambar 3.2.2 adalah editorial mode yang mencirikan kemodernan pada tahun tersebut. Vogue Russia menginformasikan perkembangan mode terkini berdasarkan standar mode internasional. Hal ini tentunya membuat pecinta mode di Rusia juga mengikuti standar tersebut agar menjadi modis dan tidak ketinggalan. Perubahan gaya pun terjadi, para pecinta mode di Rusia bisa dikatakan sudah “sadar mode” setelah sebelumnya di era Soviet, ideologi sosialis yang dianut mengharuskan masyarakat berpakaian sederhana, dan simple dalam artian tidak menghalangi gerak-gerik. Sedangkan ketika di era Federasi Rusia masyarakat dibebaskan untuk memilih pakaian apa yang ingin mereka kenakan.



Gambar 3.2.3 Gaun berciri konstruktivis oleh Alexandra Exter (kiri) dan Liubov Popova (kanan) tahun 1922.

(<http://sundaymagazinepaperdoll.wordpress.com/2010/05/24/all-that-glitters/>)

Gambar diatas adalah gambar pakaian ala Soviet tahun 1922. Terlihat sekali perubahan gaya yang merupakan akibat dari globalisasi jika dibandingkan dengan editorial mode di majalah Vogue Russia September 1998. Kawamura (2005) mengusulkan dua tipe dari *gatekeepers* dalam dunia mode. Tipe yang pertama terdiri dari orang-orang yang menganggap diri mereka sebagai pengendali, ini adalah para desainer mode (superordinat) yang mengambil peran di setiap musim dengan menunjukkannya di dalam *fashion show* mereka. Tipe kedua terdiri dari jurnalis mode, pemasar, humas, pengiklan, para pelaku media. Para *gatekeepers* ini adalah orang yang menyebarkan ke publik tentang mode terkini dan apa yang sedang tren. Fenomena *gatekeepers* ini tidak hanya ada pada industri mode, dalam industri budaya secara umum ada pihak-pihak yang memutuskan siapa atau apa yang akan menjadi sukses (Gua, 2002). Era globalisasi yang didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat informasi dapat dikonsumsi secara cepat. Internet dan majalah adalah media yang paling *up-to-date* dalam menyebarkan informasi tentang mode. Pecinta mode yang ada di seluruh dunia dapat mengakses internet untuk mendapatkan informasi tentang *fashion show* yang diadakan desainer tersebut. Editor mode sendiri memiliki peran besar untuk memberikan informasi terhadap pembaca majalahnya dengan menulis tentang acara *fashion show* tersebut atau dengan memasukan koleksi yang dikeluarkan oleh sang desainer dalam kategori tren mode terbaru. Dengan begitu, para pembaca majalah mode yang merupakan para pecinta mode mengikuti apa yang majalah kategorikan sebagai tren mode terbaru agar menjadi modis dan tidak ketinggalan. Namun, globalisasi juga memberi dampak terciptanya pola universal. Dengan kata lain, terjadi keseragaman gaya diantara para pecinta mode. Sebagai contoh, tren memakai tas Hèrmes yang dipopulerkan kelompok superordinat diikuti oleh kelompok subordinat yang berada di berbagai negara, kategori tren yang dimuat di berbagai majalah mode internasional pun sama. Seperti gambar mode dalam majalah, video klip musik, film, internet, dan televisi, globalisasi menciptakan sebuah “gaya global” di seluruh dunia dan seluruh budaya (Kaiser 1999).

Era Federasi membebaskan para pecinta mode mengikuti kelompok superordinat agar selalu tampil modis. Majalah-majalah *franchise* yang beredar di Rusia seperti Vogue, Bazaar, Elle, dsb. semakin membuat pecinta mode di Rusia mengikuti standar superordinat. Mereka mengikuti bermacam-macam panduan dan aturan yang ditetapkan oleh kelompok superordinat.



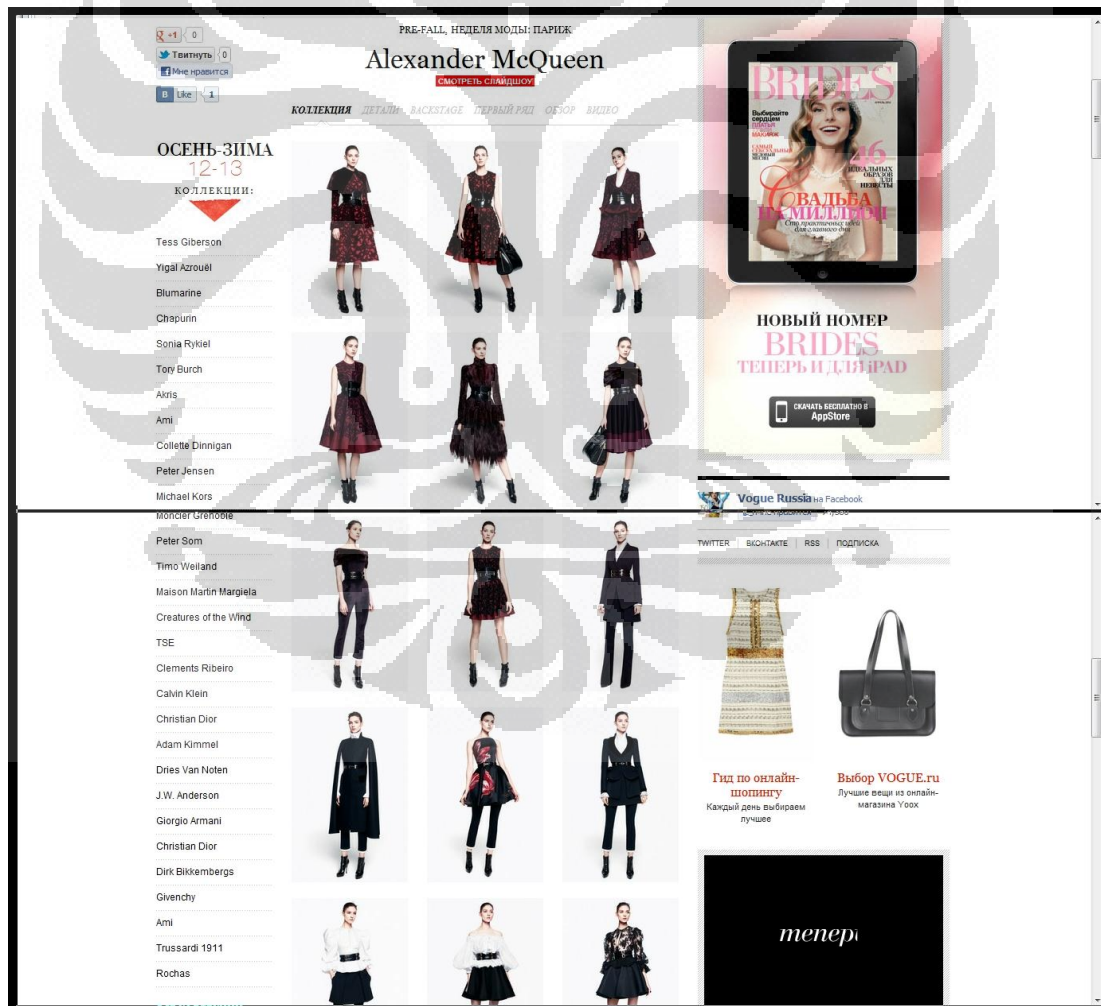
Gambar 3.2.4 Poster Plakat Project

(Sumber: paskandi.com)

Gambar diatas adalah sebuah poster yang dibuat oleh paskandi.com. Poster tersebut adalah bentuk mode dari sebuah poster yang terkenal di Soviet yaitu poster *Родина мать зовёт* (Rodina Mat' Zavot) yang mempunyai arti, Ibu Pertiwi

Memanggil. Sedangkan poster dalam bentuk mode bertuliskan “*RESPECT THE RULES OF VOGUE*” dengan gambar wanita berpakaian ala *rodina mat*’ dan memegang majalah Vogue serta dibelakangnya terdapat berbagai kamera yang siap memotret. Gambar tersebut menyimbolkan ajakan bagi pecinta mode agar senantiasa mengikuti aturan mode dan bahwa jika mengikuti berbagai aturan mode, maka mereka akan menjadi sorotan kamera.

Perkembangan teknologi juga membuat para pecinta mode dengan mudah mendapatkan produk mode yang belum tersedia di negaranya dengan memesan melalui internet, membayar menggunakan kartu kredit, dan barang dikirim melalui jasa-jasa pengiriman seluruh dunia seperti Federal Express (FedEx).



Gambar 3.2.5 Koleksi rumah mode Aleksandr Mc. Queen untuk Fall Winter 2012-2013.

(Sumber: www.vogue.ru, telah diolah kembali)

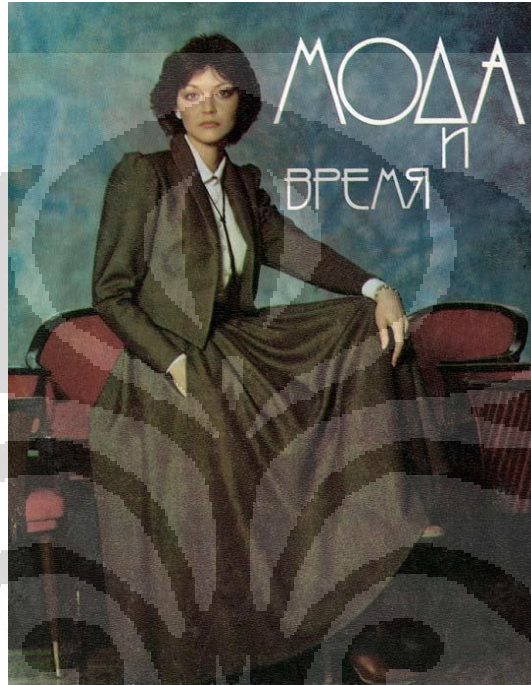
Gambar diatas adalah artikel koleksi terbaru rumah mode Aleksandr Mc. Queen yang ditampilkan oleh situs Vogue Rusia. Hal ini memperlihatkan bahwa Vogue Rusia memberikan informasi terbaru tentang tren baru yang dihasilkan oleh kelompok superordinat. Sedangkan gambar dibawah, gambar 3.2.6 adalah artikel-artikel yang terdapat di majalah Elle Rusia. Artikel pertama (atas, kiri) adalah artikel tentang tren terbaru yaitu produk fesyen berwarna kuning. Di artikel tersebut, Elle Rusia terlihat meniru tren terbaru yang dihasilkan kelompok superordinat yaitu Bottega Venneta, Sonia Rykel, dan Salvatore Ferragamo. Artikel kedua (atas, kanan) juga artikel tentang tren terbaru yang dihasilkan kaum superordinat yaitu Bottega Venneta, Celine, dan Balenciaga. Artikel ketiga (bawah, kiri) adalah artikel tentang tren sepatu dan tas yang ada di *fashion show* D&G, Fendi, Hermes, Chloe, Celine, Miu-Miu, dan Blumarine. Artikel keempat (bawah, kanan) juga artikel tentang tren sepatu dan tas yang ada di *fashion show* Fendi, Jil Sander, Aleksandr Mc. Queen, Michael Kors, Sonia Rykel, dan DSquared.



Gambar 3.2.6 Berbagai artikel mode di Elle Rusia edisi April 2010.

(Sumber: Elle Rusia, April 2010, telah diolah kembali)

Hal tersebut sangat berbeda dengan majalah mode di Rusia pada jaman Soviet. Produk mode yang ditampilkan hanya produk mode asal Soviet dengan jenis yang monoton dan semua tren ditentukan oleh *Dom Modelei*, seperti yang terlihat di gambar dibawah ini.



Gambar 3.2.7 Cover majalah mode Soviet tahun 1979.

(Sumber: <http://englishrussia.com/2007/09/03/russian-fashion-at-1979/>)



Gambar 3.2.8 Editorial mode musim dingin Bazaar Russia September 2011

(Sumber: www.bazaar.ru)



Gambar 3.2.9 Editorial mode musim dingin Vogue Russia Oktober 2009

(Sumber: Vogue Russia Oktober 2009, telah diolah kembali)



Gambar 3.2.10 Editorial mode musim dingin majalah Moda i Vremya 1979.

(Sumber: <http://englishrussia.com/2007/09/03/russian-fashion-at-1979/>, telah diolah kembali)

Gambar 3.2.8 dan 3.2.9 adalah editorial mode musim dingin di majalah Bazaar September 2011 dan majalah Vogue oktober 2009. Setelahnya, gambar 3.2.9 juga merupakan editorial mode musim dingin di majalah Moda i Vremya tahun 1979. Terlihat sekali bahwa mode musim dingin di era Soviet sederhana jika dibandingkan dengan mode musim dingin di era Federasi Rusia.

Era Federasi dengan liberalisme-nya membuat pecinta mode di Rusia dengan bebas mengikuti perkembangan mode internasional. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pecinta mode asal Rusia yang berpenampilan sangat modis, sama seperti para pecinta mode di Negara lain. Pecinta mode di Rusia berhasil mengejar ketertinggalan mereka dalam hal mengikuti arus mode internasional.



Gambar 3.2.11 Anna Brain

(Sumber: <http://www.an-van.com/2012>, telah diolah kembali)

Gambar 3.2.11 adalah seorang pecinta mode asal Rusia bernama Anna Brain yang juga merupakan seorang jurnalis. Ia adalah pemilik situs www.an-van.com yang memuat kecintaannya terhadap mode. Di gambar pertama (atas), ia mendeskripsikan apa yang ia pakai, yaitu kaus *body suit* dari Calvin Klen, rok tembus pandang dari Armani, sepatu abu-abu berbahan suede dari Yves Saint Laurent, dan tas bergaya *matryoshka* dari Chanel. Di gambar kedua (bawah), ia memakai blus dari Versace, rok dari Versace, kacamata dari Vintage, dan tas dari Chanel.



Gambar 3.2.12 Miroslava Duma.

(Sumber: miroslavaduma.tumblr.com, telah diolah kembali)



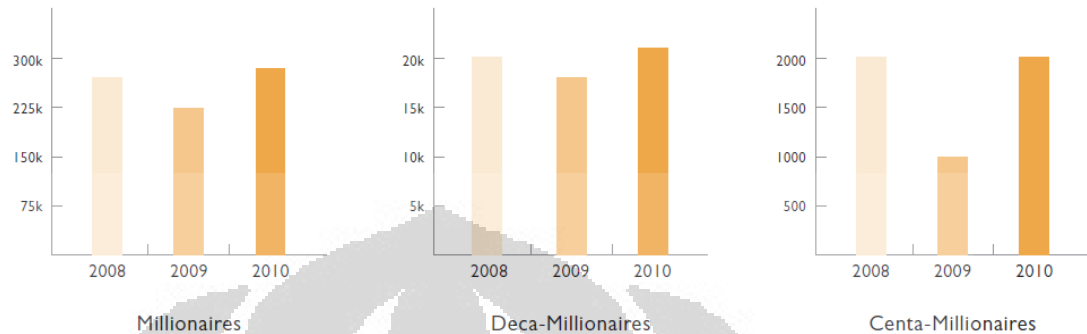
Gambar 3.2.13 Uliana Sergeenko.

(Sumber: ulianasergeenko.tumblr.com, telah diolah kembali)

Gambar 3.2.12 adalah seorang pecinta mode asal Rusia, Miroslava Duma, yang merupakan anak dari anggota senat Rusia, Vasilay Duma. Ia juga pernah menjadi editor majalah Bazaar Rusia, sekarang ia menjadi penulis lepas di majalah-majalah seperti OK Magazine Russia, Tatler Russia, dan Glamour Russia. Rumah mode favoritnya yaitu Miu-Miu, Yves Saint Lauren, Lanvin, Alexander Wang, dan Prada. Gambar 3.1.13 juga seorang pecinta mode asal Rusia bernama Uliana Sergeenko. Uliana juga merupakan seorang fotografer dan *stylist*. Belakangan ini ia melebarkan sayapnya menjadi desainer mode. Rumah mode favoritnya adalah Chanel, Yves Saint Lauren, Celine, dan Jean Paul Gaultier. Anna, Miroslava dan Uliana adalah *fashionista* Rusia yang dikenal dunia mode internasional. Kecintaan mereka terhadap dunia mode membuat mereka selalu mengikuti tren dan standar mode para superordinat.

Antusiasme tinggi masyarakat Rusia terhadap mode membuat banyaknya *brand* mode internasional menggencarkan pasarnya di Rusia. Hal ini juga disebabkan karena tingginya minat masyarakat Rusia akan produk-produk yang menyimbolkan kemewahan. Jika dilihat kebelakang, ketika Uni Soviet runtuh, Rusia kemudian mengadopsi liberalisme, kapitalisme dan bergerak menuju ekonomi pasar (Bridgette & Oppenheimer, 2001). Periode transisi dari komunisme ke kapitalisme menyebabkan ekstrimnya polarisasi kekayaan, privatisasi memungkinkan segelintir masyarakat Rusia mendapatkan kesempatan untuk menjadi sangat kaya dalam tempo yang sangat cepat. Hal tersebut membuat mereka dijuluki dengan julukan “Oligarki”. Kekayaan yang mereka miliki membuat mereka memaknai kapitalisme secara berlebihan dengan melakukan konsumsi mencolok terhadap berbagai barang-barang mewah.

Number of russian millionaires



Gambar 3.2. 14 Jumlah milyuner di Rusia

(Sumber: Luxury Society Market Guide: Russia 2011)

Gambar diatas adalah bagan hasil survey dari Ledbury Research yang memberikan bukti banyaknya jumlah milyuner di Rusia. Dari bagan pertama (paling kiri) terlihat bahwa jumlah milyuner di Rusia pada tahun 2008 adalah 275 ribu orang, pada tahun 2009 jumlahnya menurun yaitu 200 ribu orang, pada tahun 2010 jumlah milyuner di Rusia kembali bertambah mencapai angka 275 ribu orang. Bagan kedua (tengah) adalah bagan jumlah deka-milyuner di Rusia. Jumlah deka-milyuner pada tahun 2008 adalah 20 ribu orang, tahun 2009 jumlahnya menurun menjadi 18 ribu orang, lalu pada tahun 2010 jumlahnya kembali naik menjadi 21 ribu orang. Bagan ketiga (paling kanan) adalah bagan centa milyuner di Rusia. Tahun 2008 jumlah centa milyuner adalah 2000 orang, tahun 2009 jumlahnya menurun menjadi 1000 orang, dan pada tahun 2010 jumlahnya kembali naik menjadi 2000 orang.

Banyaknya jumlah milyuner di Rusia mengakibatkan tingginya daya beli masyarakat. Hal ini berimbas pada larisnya produk mewah di Rusia dikarenakan para orang kaya di Rusia terobsesi dengan barang mewah. Hal ini juga disampaikan oleh Justine Doody yang melakukan penelitian terhadap orang kaya baru Rusia atau kaum oligarki dalam artikelnya yaitu *“New Russians, New Chic-Showiness Takes a Back Seat to Sophistication”* yang dipublikasikan di situs synovate.com pada tahun 2009

lalu¹⁷, berkata bahwa para orang kaya baru di Rusia sangat tertarik kepada logo, Rolex dan Rolls Royce menjadi seragam dan simbol untuk generasi pengusaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa berbagai produk mewah menjadi simbol untuk menunjukkan kekayaan, status, dan generasi baru. Globalisasi menyebabkan berbagai produk mewah bermerek luar negeri memasuki ekonomi pasar yang baru terbentuk pada masa Federasi Rusia. Situasi tersebut berdampak pada larisnya produk mewah bermerek luar negeri. Ideologi Federasi Rusia yang baru menyebabkan kesederhanaan ala Soviet tergantikan dengan kemewahan, hal itu menyebabkan masyarakat Rusia menggunakan mode sebagai sarana untuk menunjukkan kekayaan, kebebasan dan kemajuan. Berbagai bentuk pemborosan diiringi dengan konsumsi mencolok yang dilakukan semata-mata hanya untuk mencapai status keuangan dan sosial yang lebih tinggi. Doody dalam artikelnya lebih lanjut berkata bahwa stereotipe orang Rusia baru menjadi terkenal dikarenakan perubahan yang sekejap terjadi, para orang kaya di Rusia atau kaum oligarki mengekspresikan kekayaannya dengan memakai pakaian bermerek desainer dari ujung kepala sampai ujung kaki.

¹⁷ http://www.synovate.com/changeagent/index.php/site/full_story/new_russians_new_chic/ diakses pada 11 Juni 2012 pukul 13.15.



Gambar 3.2.15 Ksenia Sobchak

(Sumber www.bazaar.ru)

Gambar diatas adalah gambar Ksenia Sobchak, anak dari Anatoly Sobchak yang merupakan seorang miliuner di usia muda. Di gambar 3.2.15 Ksenia memakai jubah dari Salvatore Ferragamo, salah satu *brand high fashion*. Antusiasme masyarakat Rusia dalam membeli produk-produk mewah kelas atas membuat seorang penulis asal Rusia yaitu Viktor Pelevin¹⁸ menyebut generasi yang menyaksikan runtuhnya komunisme sebagai *pepsi generation*¹⁹, dikarenakan orang-orang tersebut mengalami era Soviet dimana pilihan barang-barang yang disediakan Negara sangat terbatas, lalu mereka juga menyaksikan perubahan ideologi Negara. Seketika dengan runtuhnya Soviet dan masuknya globalisasi, pilihan barang-barang menjadi beragam

¹⁸ Viktor Pelevin adalah seorang penulis novel dan cerita pendek, yang merupakan generasi *perestroika* dan *post-Soviet* (<http://www.kirjasto.sci.fi/pelevin.htm>).

¹⁹ *Pepsi Generation* adalah tema iklan Pepsi-Cola, sebuah merek minuman ringan asal Amerika, yang dibuat tahun 1963. Dengan slogan “*Come alive! You’re in the Pepsi Generation*” dan pengukuhan diri sebagai “*The choice of a new generation*”, Pepsi yang target konsumennya adalah generasi muda, mengajak konsumennya untuk ikut berpartisipasi dalam generasi baru, yaitu generasi Pepsi yang memiliki gaya hidup bebas dan modern (<http://www.mobileyouth.org>).

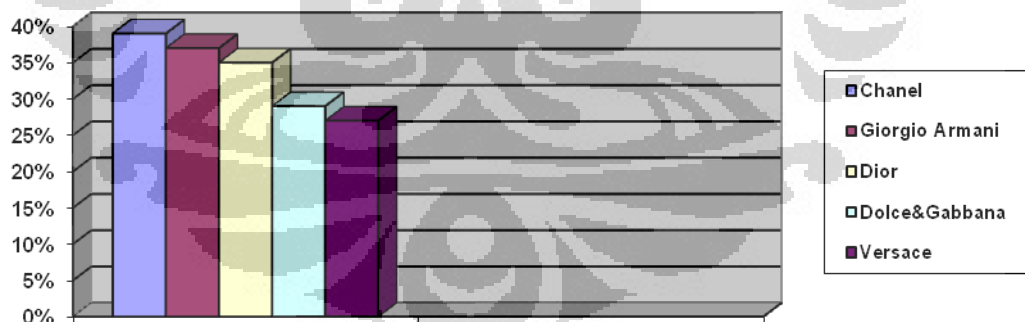
dan mereka pun hidup dalam generasi baru yang bebas. Hal ini mengakibatkan mereka mengkonsumsi barang-barang tersebut dengan penuh gairah. Mereka memaknai kapitalisme sebagai konsumsi berlebihan, dan semakin mencolok berarti semakin baik. Memamerkan barang-barang barat terbaru dan paling mahal bukan hanya mengisyaratkan kekayaan, namun juga status dan tentunya, mengisyaratkan keberhasilan rezim baru. Hal tersebut diperjelas dalam kutipan dibawah ini:

In Russia, there is a “psychological habit” of consumption as the new rich shows off their wealth. Affluent Russians are known to spend 13 percent of household budgets on clothes and shoes, double the percent of well-off Japanese and Brits. Businessmen are the main consumers. They grew up in an era of lack of luxury and are making up for it²⁰.

Di Rusia, terdapat “kebiasaan psikologi” konsumsi dengan orang kaya baru mempertunjukkan kekayaan mereka. Masyarakat Rusia yang makmur diketahui menghabiskan 13 persen dari anggaran rumah tangga mereka pada pakaian dan sepatu, dua kali lipat dari Jepang dan Inggris. Pengusaha adalah konsumen utama. Mereka telah dibesarkan di era kurangnya barang-barang mewah dan mereka membuat itu.

Majalah Time pada tahun 2007 mengadakan survei tentang kemewahan global di tiga negara yaitu Cina, India, dan Rusia. Hasil survei di Rusia yaitu sebagai berikut:

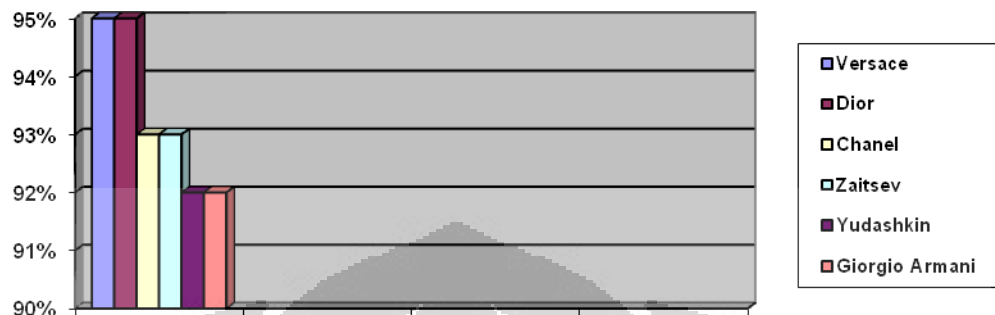
Bagan 3.2.1 *Brand* yang paling sering disebut oleh masyarakat Rusia adalah:



(Sumber: Time Style & Design Fall 2007, telah diolah kembali)

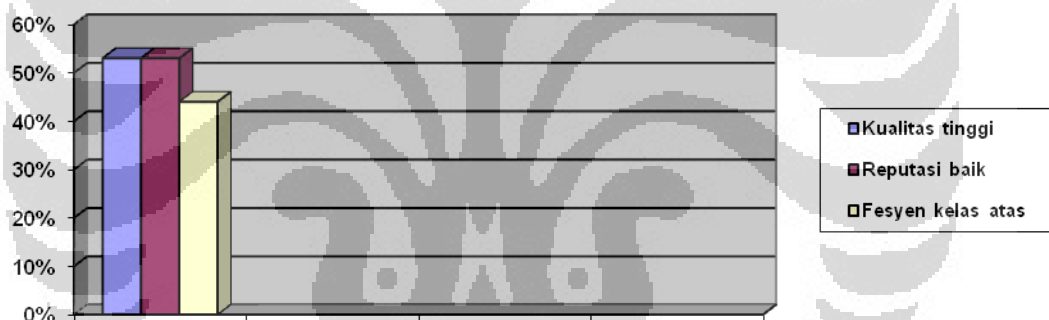
²⁰http://www.osec.ch/internet/osec/de/home/export/countries/ru/export/economic_report.-RelatedBoxSlot-15131-ItemList-97509-File.File.File.pdf/BB_Russian%20luxury%20goods%20market.pdf

Bagan 3.2.2 *Brand* mewah yang paling dikenal oleh masyarakat Rusia adalah:



(Sumber: Time Style & Design Fall 2007, telah diolah kembali)

Bagan 3.2.3 Keinginan konsumen Rusia adalah :



(Sumber: Time Style & Design Fall 2007, telah diolah kembali)

Hasil survei tersebut memperlihatkan bahwa masyarakat Rusia mencintai *brand* mode kelas atas dan rata-rata *brand* yang mereka cintai berasal dari luar Rusia, terlihat bahwa era globalisasi berdampak kepada keberagaman produk mode yang tersedia di Federasi Rusia. Namun ada dua *brand* yang berasal dari Rusia yaitu Slava Zaitsev dan Valentin Yudashkin. Kedua *brand* tersebut adalah milik desainer terkemuka di Rusia yaitu Slava Zaitsev dan Valentin Yudashkin yang telah lama merajai industri mode Rusia. Di masa Soviet, Zaitsev dan Yudashkin adalah desainer yang paling terkenal. Mereka mendesain baju-baju untuk para istri di Kremlin. Di

Rusia, Zaitsev dan Yudashkin termasuk *high fashion brand*. Hal ini dibuktikan dengan analisis yang dilakukan oleh Olga Sobolevskaya dalam artikelnya yaitu “*Russian Fashion: designer’s talents drowned in glamour*”, Olga mengatakan bahwa Zaitsev dan Yudashkin adalah desainer paling terkenal di Uni Soviet. Keduanya sering mendapatkan penghargaan mode dari dalam negeri maupun internasional. Mereka kerap kali menggunakan motif tradisional Rusia di setiap koleksinya.

Terlihat dari survei majalah Time diatas, pasar Rusia yang menjanjikan membuat berbagai *brand high fashion* maupun *luxury brand* seperti Chanel, Prada, Ermenegildo Zegna, Tom Ford, Max Mara, bahkan Hermes memilih membuka butiknya di Rusia dibanding negara Eropa Timur lainnya (Petcu 2012:2). Rumah mode asal Prancis, Louis Vuitton juga menghadirkan Gorbachev dalam iklannya pada tahun 2007. Rangkaian iklan yang mempunyai tema “*The Journey*” dipotret oleh fotografer Annie Leibovitz, iklal tersebut memfokuskan kepada perjalanan, dikarenakan Louis Vuitton sangat terkenal dengan produk *trunk*-nya yang dibuat sejak tahun 1854. Iklaln tersebut juga menghadirkan Steffi graf dengan Andre Agassi, dan Catherine Deneuve, dalam rangkaian iklan yang terpisah. Sebagaimana yang dijelaskan presiden marketing Louis Vuitton dalam kutipan dibawah ini:

"Кампания строится на идее 'путешествия личности', что подразумевает кардинальные изменения в жизни человека. Поэтому мы остановились на людях, с чьим именем ассоциируются большие перемены", - рассказал старший вице-президент по маркетингу Louis Vuitton Пьетро Беккари²¹.

(“Kampanija stroitsja na idee ‘puteščestvija ličnosti’, što podrazumevaem kardinal’nye izmenenija v žizni čeloveka Poetomu my ostranovilis’ na ljudjax, s č’im imenem assotsiirujutsja bol’šhie peremeny”, - rasskazal starshij vitse-prezident po maekeringu Louis Vuitton P’etro Bekkari.)

“Iklan tersebut dibuat dari ide ‘perjalanan personal’, yang mana membawa perubahan radikal dalam kehidupan manusia. Karenanya kami memilih orang-orang yang namanya terkait dengan perubahan besar”, ujar wakil presiden marketing Louis Vuitton, Pietro Becarri.

Dalam iklan tersebut Gorbachev digambarkan duduk dalam sebuah *limousine* yang melewati tembok Berlin, disebelahnya ada tas perjalanan yang merupakan produk khas Louis Vuitton dengan keadaan terbuka dan sebuah majalah berbahasa

²¹ <http://luxury-info.ru/style/accessories/news/novim-litsom-louis-vuitton-stal-mihail-gorbachev.html>

Rusia dengan headline *“Litvinenko’s Murder — They Wanted to Give Up a Suspect for \$7,000”*²². Merupakan permintaan dari Gorbachev sendiri untuk difoto di dekat tembok Berlin, karena salah satu momen paling membanggakan dalam hidup Gorbachev adalah ketika tembok Berlin tersebut runtuh. Iklan ini sempat menuai kontroversi, diantaranya banyak yang menyebut ada motif politik yang tersembunyi dibalik iklan tersebut, sebagaimana terlihat dalam kutipan dibawah ini:

*Михаил Горбачев, который публично хвалит президента РФ Владимира Путина, позволил себе такой "бунтарский" поступок, отрекламив "мятежную литературу", и задается вопросом, нет ли в последней фотосессии Горбачева скрытого политического мотива?*²³.

(Mixail Gorbačev, kotoryj publicno xvalit prezidenta RF Vladimira Putina, pozvolil sebe takoj “buntarskij” postupok, otreklamirovav “mjatežnuju literaturu”, i zadaetsja voprosom, net li v poslednej fotosessii Gorbačeva skritogo političenskogo motiva?)

Mikhail Gorbachev, yang secara terbuka memuji Presiden Vladimir Putin yang membiarkan dirinya melakukan tindakan “memberontak”, mengiklankan “sastra pemberontak”, dan bertanya-tanya apakah foto terbaru tersebut memiliki motif politik tersembunyi Gorbachev?



Gambar 3.2.16 Iklan Louis Vuitton dengan Gorbachev.

²² (<http://theinspirationroom.com/daily/2009/gorbachev-on-louis-vuitton-journey/>).

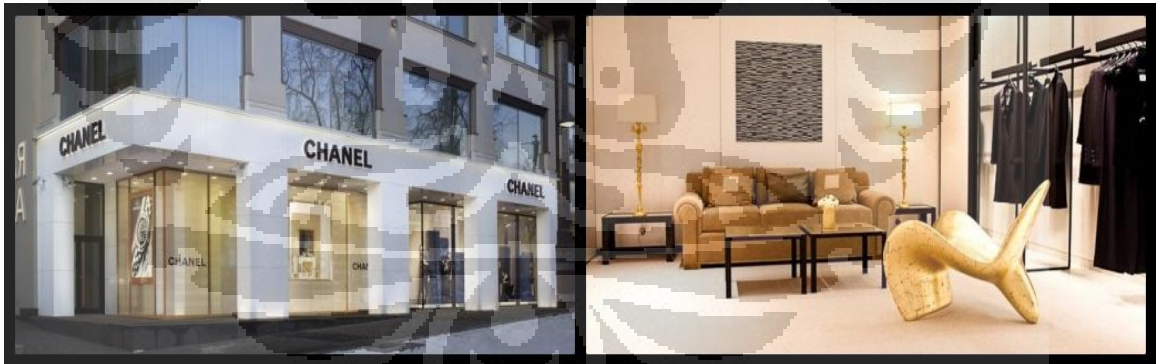
²³ <http://www.intelligent.lv/ru/read/id:15394/>

(Sumber: journeys.louisvuitton.com)

Menanggapi antusiasme masyarakat Rusia akan produk mode mewah, *luxury brand* asal Prancis, Chanel, yang sebelumnya telah memiliki *flagship store* di Moskow dan Yekaterinburg berencana akan membuka dua butik lagi pada tahun 2012 di Moskow, sebuah butik khusus perhiasan dan jam di Corcus Mall dan butik Chanel di Moskva Hotel (Four Seasons Hotel). Di Moskow, Chanel mempunyai butik di TSUM Department Store dan di Vermena Goda Gallery. Diluar Moskow, Chanel akan membuka *flagship store* di St. Petersburg, sebagaimana dapat dilihat dari kutipan dibawah ini:

French luxury house of [CHANEL](#), which inaugurated last year its impressive flagship store on Petrovka Street downtown Moscow, is planning two new openings in 2012 in Moscow - a fine jewellery and watches boutique within Crocus Mall and a Chanel boutique at the Moskva Hotel (future Four Seasons Hotel). in Moscow, Chanel also operates has a corner in [TSUM](#) Department Store and a boutique in Vremena Goda Gallery²⁴.

Rumah mode mewah asal Perancis, CHANEL, yang telah mempunyai flagship store di Jalan Petrovka pusat kota Moskow yang diresmikan tahun lalu, merencanakan dua pembukaan baru pada tahun 2012 di Moskow – butik perhiasan dan jam tangan di dalam Mall Crocus dan butik Chanel di Hotel Moskwa (hotel Four Seasons). Di Moskow, Chanel juga beroperasi di Tsum Department Store dan butik di galeri Vremena Goda.



Gambar 3.2.17 Flagships store²⁵ Chanel di Moskow

Sumber: http://www.cpp-luxury.com/en/russia-s-luxury-market-remains-solid-but-new-challenges-arise_2133.html, telah diolah kembali)

²⁴http://www.cpp-luxury.com/en/chanel-new-openings-in-russia--in-moscow-and-st-petersburg_2279.html

²⁵ *Flagship store* adalah gerai pusat atau gerai utama dari beberapa gerai yang dibuka oleh sebuah *brand* di suatu negara.

Luxury brand asal Italia, Prada, juga membuka *flagship store*-nya di Moskow. Berlokasi diantara Bolshaya Dimitrovka di Stoleshnikov Pereylok, persis didepan butik Louis Vuitton. Butik ini adalah salah satu butik Prada paling besar di Eropa, dengan tiga lantai yang menyediakan pakaian siap pakai untuk pria dan wanita, tas, aksesoris, dan sepatu. Butik ini didesain oleh arsitek ternama, Roberto Baciocchi. Seperti yang disampaikan dalam kutipan dibawah ini:

Italian luxury house of Prada opened this week its new flagship store in Moscow, the largest in Russia. Situated in a strategic location between Bolshaya Dmitrovka at Stoleshnikov Pereylok, in the heart of the city' luxury shopping district (opposite Louis Vuitton). This is one of the Prada's largest stores in Europe: about 1470 square metres on three levels that offer the men's and women's ready-to-wear, bags, accessories and footwear collections.

Rumah mode mewah asal Italia, prada, membuka flagship store terbarunya yang terbesar di Rusia, di Moskow minggu ini. Terletak di lokasi strategis, antara Bolshaya Dmitrovka di Stoleshnikov Preylok, jantung distrik perbelanjaan mewah di kota Moskow (sebrang butik Louis Vuitton). Ini adalah salah satu toko rumah mode Prada yang terbesar di Eropa: sekitar 1470 meter persegi dalam tiga tingkat yang menawarkan pakaian siap pakai, tas, aksesoris, dan koleksi alas kaki untuk pria dan wanita.



Gambar 3.2.18 Flagship store Prada di Moskow

(Sumber: http://www.cpp-luxury.com/en/prada-s-new-flagship-store-in-moscow--now-open_2191.html, telah diolah kembali)

Berbagai rumah mode dan *brand* mewah membuka gerainya di Rusia karena konsumen asal Rusia yang sangat senang berbelanja produk mewah. Seperti yang terlihat dalam kutipan berikut:

Over 80% of luxury goods purchased in Russia are bought in Moscow. The Millonaire Fair has been held in Moscow since 2005; Russian consumer are now the world's 4th biggest

spender on luxury (after the US, Japan, and China). Russia is one of the largest luxury goods market in the worlds²⁶.

Hampir 80% dari barang-barang mewah di Rusia dibeli di Moskow. The Milionaire Fair telah diadakan di Moskow sejak 2005; sekarang konsumen Rusia merupakan pembeli terbesar dalam barang mewah (setelah US, Jepang, dan Cina). Rusia adalah satu dari berbagai pasar barang mewah di dunia.

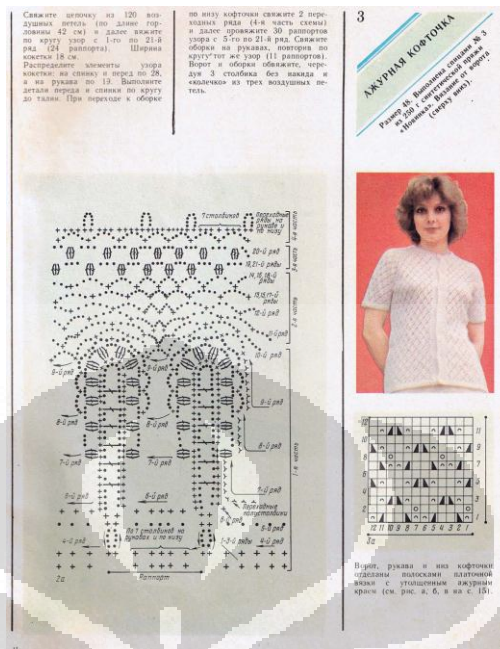
Kebanyakan *brand* ternama memilih untuk membuka butiknya di GUM (Glavny Universalny Magazin) Moskow, seperti Jil Sander, Juicy Couture, Manolo Blahnik, Ballantyne, Christian Dior, dan juga butik Louis Vuitton. Sedangkan di TSUM terdapat Versace dan Valentino. Sejak masa Soviet, GUM sudah menjadi pusat perdagangan barang mewah. Hal ini ditegaskan oleh kutipan berikut:

GUM became the Soviet capital's most prestigious store, with specialized departments for such luxuries as Central Asian rugs, television, crystal stemware, and fur coats. Another department, section 200, sold luxury wares exclusively to the Soviet elite; entry to this department was by permit only (Hessler 2005:200)

GUM menjadi took pusat paling bergensi Soviet, dengan departemen khusus untuk kemewahan seperti karpet Asia Tengah, televisi, gelas-gelas Kristal yang bertangkai, dan mantel bulu. Bagian departemen lain, bagian 200, barang-barang mewah dijual secara eksklusif kepada kaum elit Soviet; untuk memasuki departemen ini harus dengan izin.

Analisis diatas telah membuktikan bahwa dengan mengkonsumsi produk fesyen luar negeri dan mengikuti standard fesyen kelompok superordinat, dunia mode Rusia menjadi lebih modern dan bisa dikatakan, berhasil mengejar ketertinggalan mereka. Hal ini mengakibatkan dunia mode Rusia mendapat julukan *From Pravda to Prada* dari para kritikus mode internasional karena cepat sekali berubah menjadi modis. Pravda yang dalam bahasa Rusia berarti 'kebenaran' adalah sebuah surat kabar yang diterbitkan di Moskow dan didistribusikan secara nasional. Surat kabar tersebut menjadi surat kabar resmi Partai Komunis Uni soviet dari tahun 1918 sampai 1991. Pravda menjadi kiblat informasi masyarakat Rusia pada masa Soviet, sekaligus menjadi cermin kehebatan dan kekacauan Soviet. Sedangkan Prada adalah sebuah *brand* mode mewah asal Italia yang berdiri sejak 1913.

²⁶ Luxury Society Market Guide: Russia 2011, Ledbury Research.



Gambar 3.2.19 Rubrik mode dalam surat kabar Pravda tahun 1980

Masyarakat Rusia di era Soviet diibaratkan berkiblat ke surat kabar Pravda, dikarenakan kontrol ketat Negara terhadap dunia mode di Rusia. Lalu ketika Soviet runtuh, masyarakat Rusia diibaratkan berkiblat ke Prada yang merupakan simbol kemewahan internasional dan merupakan kaum superordinat.

3.3 From Russia to The World

Sama seperti industri lain, globalisasi juga memberikan pengaruh besar kepada industri mode. Kekayaan budaya Rusia menginspirasi dunia mode internasional. Banyak desainer-desainer luar Rusia yang terinspirasi dari berbagai macam kebudayaan Rusia dari masa ke masa.



Gambar 3.3.1 Topi tradisional Rusia

(Sumber: <http://mytippetonlytulle.tumblr.com/tagged/russia>)

Gambar diatas adalah gambar berbagai modifikasi dari *kokoshnik*. *Kokoshnik* yang merupakan topi khas Rusia menginspirasi banyak desainer dunia, seperti yang terlihat di gambar-gambar dibawah ini.



Gambar 3.3.2 Koleksi CHANEL 2009.

(Sumber: www.chanel.com)

Gambar 3.3.2 adalah gambar koleksi rumah mode CHANEL dengan desainernya yaitu Karl Lagerfeld yang terinspirasi oleh *kokoshnik*. Koleksi rumah mode CHANEL tahun 2009 memang terinspirasi oleh kebudayaan Rusia, bukan hanya *kokoshnik*, namun koleksi pakaiannya juga, seperti yang terlihat di gambar dibawah ini.



Gambar 3.3.3 Koleksi CHANEL 2009.

(Sumber: www.chanel.com)

Tidak hanya rumah mode CHANEL, banyak rumah mode lainnya yang terinspirasi oleh *kokoshnik*. Diantaranya rumah mode Givenchy dalam koleksinya tahun 2002.



Gambar 3.3.4 Koleksi Givenchy 2000.

(Sumber: www.givenchy.com)

Di Rusia sendiri, *kokoshnik* juga tampil di beberapa majalah. Salah satunya dalam editorial mode di majalah Vogue Rusia September 2011 yang dapat dilihat dalam gambar dibawah ini.



Gambar 3.3.5 Editorial mode Vogue Rusia 2011

(Sumber: Majalah Vogue Russia 2011)

Keruntuhan Soviet dan globalisasi membuat industri mode di Rusia kembali bangkit dan berkompetisi dengan industri mode di Negara lain. Munculnya kesadaran pentingnya industri mode berjalan seiring dengan kemunculan desainer-desainer baru dan acara-acara mode. Keberadaan ajang-ajang mode seperti *fashion week* tentunya bertujuan untuk menambah eksistensi industri fesyen Rusia di kancah mode internasional. Gegap gempita kehadiran *fashion week* disambut meriah oleh masyarakat Rusia dan juga khayalak internasional. Keunikan desain dan identitas yang ditawarkan para desainer Rusia menarik minat pecinta fesyen internasional. Wisatawan mancanegara yang menghadiri Rusia pun bertambah. Stasiun televisi yang khusus meliput perkembangan mode internasional yaitu FashionTV pun menyiarkan *fashion week* di Rusia. Liputan FashionTV tentang *fashion week* di Rusia pun banyak beredar di situs youtube.com.

Berikut beberapa *fashion week* yang ada di Rusia:

1. ***Russian Fashion Week (Mercedes-Benz Fashion Week).***

Russian Fashion Week (RFW) yang pertamakali diadakan pada tahun 2001 ini merupakan ajang *fashion week* pertama di Rusia. Acara yang didukung oleh Kementerian Kebudayaan dan Komunikasi Federasi Rusia ini mendapatkan perhatian besar dari media barat. RFW pada tahun 2011 lalu mengadakan kerja sama dengan Mercedes-Benz, yang mengakibatkan nama *Russian Fashion Week* diganti dengan *Mercedes-Benz Fashion Week*.

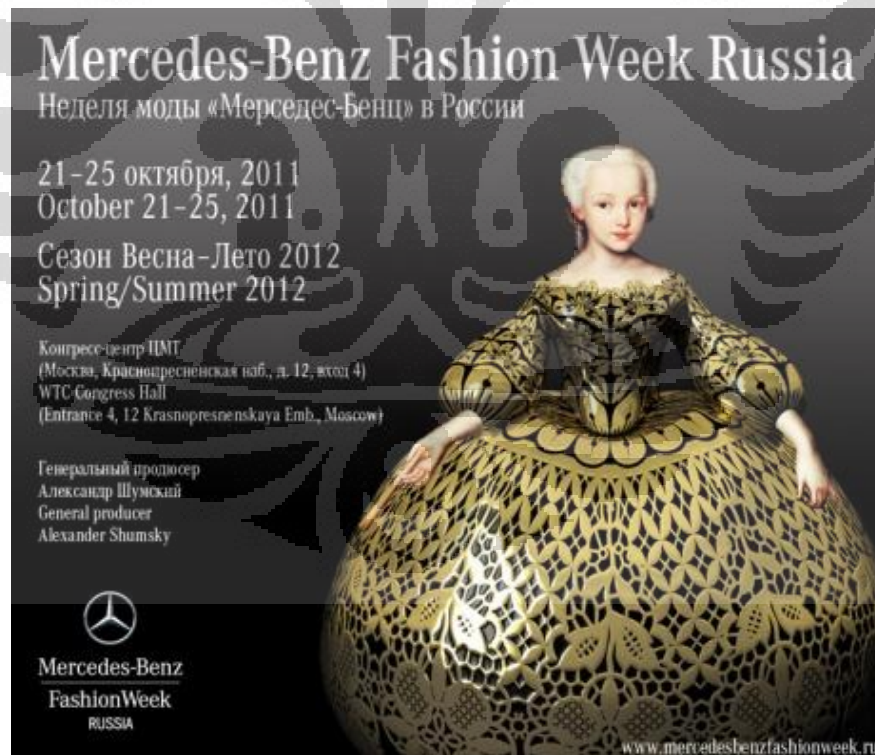
“Россия — это быстрорастущий рынок для наших автомобилей, а Москва — следующее важное модное направление. Наше участие в Неделе моды является наглядным доказательством этих аксиом. Подписание соглашения с RFW — логичное развитие глобальной стратегии Mercedes-Benz по поддержке наиболее важных Недель моды в мире”- Юрген Зауэр (Генеральный директор ЗАО Mercedes-Benz Рус)²⁷.

(Rossija—eto bystrorastušij tynok dlja našix avtomobilej, a Moskva—sledujušee važnoe modnoe napravlenie. Naše učastie v needle mody javljaetsja nagljadnym dokazatel’stvom etix aksiom podpisanie soglašenija s RFW — dogičnoe razvitie global’noj strategii Mercedes-Benz po poddrežke naibolee važnyx Hedel’ mody v mire”- Jurgen Zauer (General’nyj director ZAO Mersedes-Benz Rus).

²⁷ www.mercedesbenzfashionweekrussia.com/ diakses pada 11 Mei 2012

“Rusia adalah pasar yang cepat berkembang untuk mobil kami, dan Moskow adalah destinasi fesyen berikutnya. Partisipasi kami dalam *fashion week* adalah bukti nyata terhadap aksiom ini. Penandatanganan persetujuan dengan RFW adalah sebuah pengembangan strategi Mercedes-Benz yang logis untuk mendukung *fashion week* paling penting di seluruh dunia. Saya yakin bahwa kita bisa memperkuat potensi *Russian Fashion Week* seperti apa yang sudah kita lakukan, misalnya di New York dan Berlin” –Juergen Sauer (CEO Mercedes-Benz Rusia).

RFW digelar dengan mengikuti standar *fashion week* lainnya, seperti *fashion week* di Milan dan London. Alexander Sokolov, Menteri Kebudayaan dan Komunikasi Federasi Rusia, mengatakan bahwa RFW adalah acara kebudayaan penting di Rusia dan perhelatan mode bergengsi internasional. Alexander Shumsky selaku produser RFW, pada saat konferensi pers RFW 2006/2007 mengatakan bahwa tujuan RFW adalah menciptakan perhelatan mode di wilayah post-Soviet. Ia juga mengatakan bahwa disainer Rusia adalah prioritas dalam acara tersebut, RFW diadakan untuk disainer Rusia yang bekerja dan tinggal di Rusia, peserta internasional diperbolehkan, namun prioritas tetap untuk disainer Rusia.



Gambar 3.3.6 Poster acara Mercedes-Benz Fashion Week Russia 2011

(Sumber: www.mercedesbenzfashionweek.ru)

Gambar diatas adalah poster RFW tahun 2011 yang bertema mode Rusia di era kekaisaran. Hal ini terlihat dari gambar wanita yang memakai pakaian khas mode Eropa pada masa kekaisaran Rusia. Dengan corak dan motif khas Rusia dan juga tekstur bordir yang merupakan tekstur khas Rusia.

Acara RFW ini adalah acara kunci dari industri mode Rusia dan *fashion week* terbesar di Eropa Timur. RFW diselenggarakan di Moskow pada awal April dan pertengahan Oktober. RFW adalah ajang bagi para desainer baru asal Rusia untuk untuk memamerkan bakatnya dan juga ajang bagi para desainer luar Rusia agar lebih dikenal oleh masyarakat Rusia. Kerjasama yang dilakukan RFW dengan *fashion week* di beberapa negara seperti Milan, London, Beijing, Athens, Lisbon, dan sebagainya, menjadikan Moskow sebagai pusat mode. Desainer-desainer asal negara bekas Soviet seperti Ukraina dan Belarus, mempertunjukkan koleksinya di RFW. Kolaborasi antara RFW dan Mercedes-Benz memperbesar kemungkinan industri mode Rusia yang tergolong masih muda maju ke tingkat yang lebih tinggi. Sebelumnya Mercedes-Benz juga bekerjasama dengan Mercedes-Benz *fashion week* di New York dan Berlin. Hal yang menyebabkan Mercedes-Benz mau bekerjasama dengan RFW adalah karena penjualannya di Rusia yang sangat menjanjikan dan perkiraan berbagai pengamat mode bahwa Moskow akan menjadi kota mode setingkat Paris, London, New York, dan Milan.



Gambar 3.3.7 Koleksi Dima Neu di Mercedes-Benz Fashion Week Russia untuk Fall/Winter 2012/2013.

(Sumber: www.mercedesbenzfashionweek.ru)

Gambar diatas adalah koleksi dari Dima Neu, seorang desainer baru Rusia yang merupakan pemenang *reality show Project Runway Russia*. Dima Neu membidik pasar *haute couture*, koleksi-koleksinya kebanyakan terinspirasi oleh Aleksandr Mc. Queen.



Gambar 3.3.8 Fashion show Slava Zaitsev di Mercedes-Benz Fashion Week Russia untuk Fall/Winter 2012/2013.

(Sumber: www.mercedesbenzfashionweek.ru)

“Идея RFW гениальна. Я очень рад, что европейские рубежи расширяются, а Russian Fashion Week не ограничивается показами только российских дизайнеров, а открывает свои двери для гостей из других стран. Знакомство и взаимодействие между российскими и международными талантами очень полезно и RFW – отличная возможность для установления подобных интернациональных контактов” - Пако Рабани²⁸.

(Ideja RFW genial’na. Ja očen’ rad, što evropejskie rubeži raširjajutsja, a Russian Fashion Week ne ograničivaetsja pokazami tol’ko rossijskix dizajnerov, a otkryvaet svoi dveri dlja gostej iz drugix stran. Znakomstvo i vzaimodejstve meždju rossijskimi i meždunarodnymi talantami očen’ polezno i RFW – otičnaja vozmožnost’ dlja ustanovlenija podobnyx internatsional’nyx kontraktov” – Pako Rabann).

“Ide tentang RFW brilian. Saya sangat senang, bahwa perbatasan Eropa diperluas, dan *Russian Fashion Week* tidak hanya terbatas untuk menampilkan koleksi desainer Rusia saja, tapi membuka pintu untuk tamu dari Negara lain. Pertemanan dan interaksi antara talent Rusia dan internasional sangat bermanfaat dan RFW adalah sebuah kesempatan baik untuk membangun kontak internasional” –Paco Rabanne.

²⁸ Ibid.

Paco Rabanne adalah seorang desainer papan atas asal Spanyol. Ia adalah satu dari beberapa desainer yang rutin diundang pihak RFW. Komentarnya diatas membuktikan bahwa acara RFW adalah ajang mode yang bertujuan memperkenalkan desainer-desainer Rusia, juga memperkenalkan desainer-desainer luar Rusia kepada masyarakat Rusia.

“Я провожу свои шоу в трех городах - в Лондоне, Нью-Йорке и Москве. И по правде говоря, я не вижу принципиальных отличий в организации этих недель моды. В Москве мне так же комфортно, как и на Нью-йоркской неделе моды” -Дженни Пэкхем²⁹.

(Ja provožu svoi šou v trex gorodax – v Londone, N’ju-Jorke I Moskve. I po pravde govorja, ja ne vižu printsipial’nyx otličij v organizatsii etix nedel’ mody. V Moskve mne tak že komfortno, kak i na N’ju-Jorkskoj nedle mody” – Dženni Pekxem).

“Saya menampilkan koleksi di tiga kota – London, New York, dan Moskow. Dan jujur, saya tidak melihat adanya perbedaan dalam organisasi *fashion weeks* ini. *Fashion week* di Moskow sama nyamannya bagi saya dengan *fashion week* di New York” –Jenny Packham.

Komentar diatas dating dari Jenny Packham, seorang desainer asal Inggris yang berpartisipasi dalam RFW. Komentarnya menjadi bukti bahwa *fashion week* di Rusia berstandar internasional, sama seperti *fashion week* di Negara lain.

“Я люблю Russian Fashion Week за ее авангардность, оригинальную организацию и необычный «несоветский» взгляд не только на моду, но и на то, что происходит в нашей стране” -- Юлия Николаева.

(Ja ljublju Russian Fashion Week za ee avangradnost’, orihinal’nuju organizatsiju I neobyčnyj «nesovetskij» vzgljad ne tol’ko na modu, no i na to, čto proisxodit v našei strane” –Julija Nikolaeva)³⁰.

“Saya cinta *Russian Fashion Week* untuk *avant garde*-nya, organisasi spesial, dan pengelihatannya “non-soviet” bukan hanya di bidang fesyen, namun juga dalam apa yang terjadi di Negara kita” –Julia Nikolaeva

“Российская неделя моды прочно заняла свое место в ряду важнейших ежегодных культурных событий нашей страны. Ее опыт чрезвычайно ценен, поскольку проведение такого мероприятия успешно пропагандирует моду от российских дизайнеров как на территории России, так и за рубежом, а также способствует открытию новых талантов” –Алла Бербер³¹.

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

“Rossijkaja nedelja mody pročno zanjala svoe mesto v rjadu važnejšix ežegodnyx kul’turnyx cobytij našej strany. Ee opyt črezvyčajno tsenen, poskol’ky provedenie takogo meroprijatnja uspešno propagandiruet modu ot rossijskix dizajnerov kak na territorii Rossii, tak i za rubežom, a takže sposobstvuet otkrytiju novyx talantov” –Alla Berber).

“*Fashion week* Rusia mempunyai posisi penting diantara peristiwa budaya paling penting di negara kami. Pengalamannya sangat berharga, karena penyelenggaraannya berhasil mempopulerkan desainer-desainer Rusia baik di wilayah Rusia maupun luar negeri, dan itu mendukung pencarian bakat baru” –Alla Verber.

Alla Verber dan Julia Nikolaeva adalah para public figure dan pecinta mode asal Rusia, mereka mengemukakan betapa pentingnya acara *fashion week* di Rusia. Ajang mode tersebut tidak hanya menjadi symbol bahwa masyarakat Rusia tidak tertinggal di bidang mode, namun juga memajukan industri mode Rusia dengan menampilkan desainer-desainer baru asal Rusia.

2. Aurora Fashion Week (AFW)



Gambar 3.3.9 Poster Aurora Fashion Week Russia

(Sumber: <http://afwrussia.com/>)

St. Petersburg mengejar ketertinggalannya dengan membuat acara AFW. Acara tersebut terlaksana berkat kerjasama dengan Kementerian Kebudayaan Federasi Rusia, pemerintah St. Petersburg (komite kebudayaan dan komite investasi dan proyek strategi) dan juga kerjasama resmi dengan beberapa kedutaan besar (Italia, Latvia, UK, Belgia, Prancis, dan Ukraina). AFW juga mempunyai program kerjasama budaya dan kemanusiaan yang dicetuskan oleh mantan presiden Rusia,

Dimitry Medvedev yaitu program satu tahun di Rusia dan satu tahun di Prancis. AFW diadakan dua kali dalam satu tahun, yaitu pada bulan April dan November. AFW mendapat sambutan yang meriah dari masyarakat sejak pertama kali diadakan yaitu pada tahun 2010 yang bertempat di 15 titik utama, diantaranya yaitu Mikhailovsky Palace, St. Petersburg Dom Knigi, Cinema Circuit Karo Film, GINZA Restaurant, dan butik Bosco Di Ciliegi.



Gambar 3.3.10 Koleksi desainer Serbia, Angelina Atlagic di Aurora Fashion Week 2012

(Sumber: <http://afwrussia.com/>)

Manilova Anna, ketua AFW menyebutkan bahwa tujuan diadakannya AFW yaitu:

- Dengan bekerjasama dengan museum dan galeri St. Petersburg, AFW membuktikan kepada public bahwa mode mempengaruhi berbagai aspek budaya yaitu musik, film, seni, dan sastra.

- AFW mengembangkan program pendidikan dan pertukaran informasi yang bertujuan meningkatkan profesionalisme desainer Rusia.
- AFW membuat St. Petersburg menyanggah status pusat industri mode.
- AFW berperan aktif dalam pembentukan kota St. Petersburg sebagai kota Eropa modern yang maju dalam segi budaya dan tren sosial.

AFW mempunyai banyak rangkaian acara, diantaranya *White Night Shopping* yaitu sebuah acara berbelanja di malam putih dengan diskon besar-besaran yang didukung oleh *brand* Rusia maupun *brand* internasional, *Fashion Museum* yaitu acara pameran mode yang menampilkan pakaian-pakaian ikonik masa lalu, *Fashionomica* yaitu acara seminar mode yang mempunyai desainer dan pelaku industri mode sebagai pembicara, dan juga *Fashion Movie Week* yaitu acara pemutaran film fesyen. Hal ini membuat rangkaian acara AFW memiliki banyak lokasi.



Gambar 3.3.11 White Night Shopping 2011

(Sumber: http://www.le-citydeluxe.com/ru/fashion/white_night_shopping-46435.html)



Gambar 3.3.12 Poster AppStore (Apple) yang juga berpartisipasi dalam acara White Night Shopping

(Sumber: <http://afwrussia.com/>)

3. Volvo Fashion Week Moscow (VFW)



Gambar 3.3.13 Poser Volvo Fashion Week 2011

(Sumber: <http://www.fashionweekinmoscow.com/missiya.html>)

Perusahaan otomotif Volvo juga mensponsori *fashion week* di Rusia yang akhirnya memiliki nama *Volvo Fashion Week* yang dimulai pada tahun 2009. Konsep

fashion week ini juga diarahkan langsung oleh pakar *fashion week* di Paris, New York, London, dan Milan. VFW didukung oleh Departemen Perindustrian Federasi Rusia, Kamar Dagang dan Industri Rusia, pemerintah kota Moskow, *Russian Haute Couture* dan *Prêt-à-porter Association* yaitu kumpulan desainer-desainer Rusia yang juga rutin mengadakan *fashion show* di VFW. VFW berperan penting dalam kesuksesan desainer Rusia yang ia temukan seperti Igor Chapurin, Andrey Sharov, Tatiana Perfenova, Victoria Andreyanova, dsb.



Gambar 3.3.14 Koleksi dari para desainer Rusia yang ditampilkan di Volvo Fashion Week

(Sumber: <http://www.fashionweekinmoscow.com/reports/detail/url/volvo-fashion-week-moscow--day-six>)

Kebanyakan desainer-desainer baru asal Rusia melupakan apa yang Friedman sebut dengan *The Olive Tree* yaitu identitas asli mereka. Peran kelompok *superordinate* yang mengkonstruksi standar mode internasional didukung oleh globalisasi yang menjadikan terciptanya standar global membuat para desainer kebanyakan mengikuti standard mode global tersebut. Mereka-pun melupakan identitas aslinya yaitu keunikan budaya yang mereka miliki. Namun tentunya ada desainer-desainer yang tetap setia kepada kebudayaan negri-nya. Berikut desainer-desainer asal Rusia yang setia kepada corak budaya bangsanya :

1. Slava Zaitsev



Gambar 3.3.15 Slava Zaitsev

Zaitsev adalah desainer yang sangat terkenal di Rusia dan juga khalayak mode internasional karena desain-desainnya yang bercorak ke-Rusia-an dan tetap setia menjadi desainer selama berpuluh-puluh tahun. Zaitsev yang berasal dari Ivanovo pindah ke Moskow pada tahun 1956 dan bersekolah di Institut Tekstil Moskow untuk mengejar impiannya menjadi desainer. Di masa Soviet, ia disebut-sebut setara dengan desainer-desainer ternama seperti Christian Lacroix, Christian Dior, maupun Jean Paul Gaultier, namun sayangnya karena system pemerintahan Soviet mempuatnya tidak mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan koleksinya ke khalayak internasional. Zaitsev terkenal karena ia sering membuat versi *fashionable* dari berbagai macam pakaian khas Rusia.



Gambar 3.3.16 Berbagai desain Slava Zaitsev

(Sumber: www.fashiontv.com/designer-focus-slava-zaitsev, telah diolah kembali)

Zaitsev merupakan desainer yang mendesain pakaian-pakaian beberapa keluarga petinggi Rusia, seperti Gorbachev, Medvedev, bahkan Putin. Karenanya, ia mendapat berbagai penghargaan fesyen di Rusia. Namun, walaupun sekarang

namanya sudah sangat terkenal baik di Rusia maupun internasional, Zaitsev tidak berminat menampilkan karyanya di luar negeri. Ia berkomitmen setia kepada Rusia dan menginspirasi desainer muda Rusia untuk menciptakan mode yang unik, daripada mengikuti standar mode global.

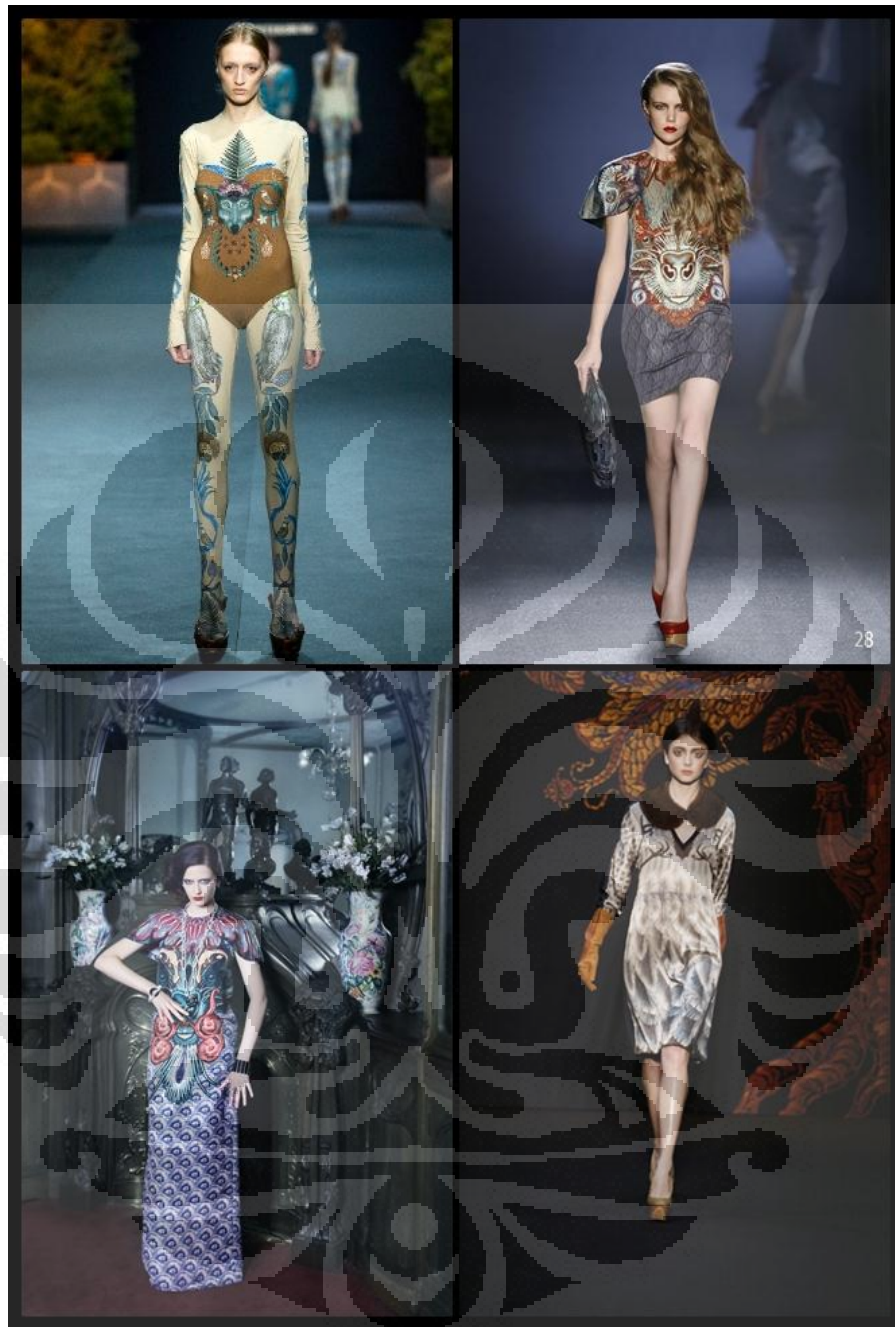
2. Alena Akhmadullina



Gambar 3.3.17 Alena Akhmadullina

(Sumber: alena-akhmadullina.blogspot.com)

Disainer asal St. Petersburg ini disebut-sebut sebagai salah satu disainer muda yang sukses di Rusia. Ketika Rusia dilanda krisis yang mengakibatkan banyak disainer-disainer muda gulung tikar, Akhmadullina membuktikan bahwa Ia bisa bertahan di masa-masa sulit tersebut. Disainnya yang berkelas dan *timeless* membuat para penggemarnya setia untuk mengkonsumsi hasil karyanya. Krisis ekonomi Uni Eropa membuat para konsumen mode mengerem pengeluaran mereka untuk mengkonsumsi barang-barang berkelas dan menjadi lebih sederhana. Namun ketika krisis sudah berakhir, konsumen pun kembali berani mengkonsumsi barang-barang mewah.



Gambar 3.3.19 Koleksi Alena Akhmadullina

(Sumber: alenaakhmadullina.ru, telah diolah kembali)

Akhmadullina menciptakan koleksi pertamanya ketika Ia masih kuliah di St. Petersburg University of Technology and Design. Debut pertamanya adalah ketika Ia

berumur 23 tahun dan menyabet juara pertama dalam berbagai kompetisi desainer muda yang diadakan Smirnoff International dan *Dress of The Year* 2000. Ia memenangkan kompetisi tersebut karena baju karyanya yang diberi nama “Dragon”, bagian belakang baju tersebut dilapisi punggung naga dan bagian depan dihiasi cakar naga. Ia kemudian diberi kesempatan untuk merepresentasikan Rusia di “Mittelmoda” Italia dan “Gwand Fashion Concepts” Swiss, Akhmadullina terkenal dengan disainnya yang selalu terinspirasi oleh cerita rakyat Rusia.

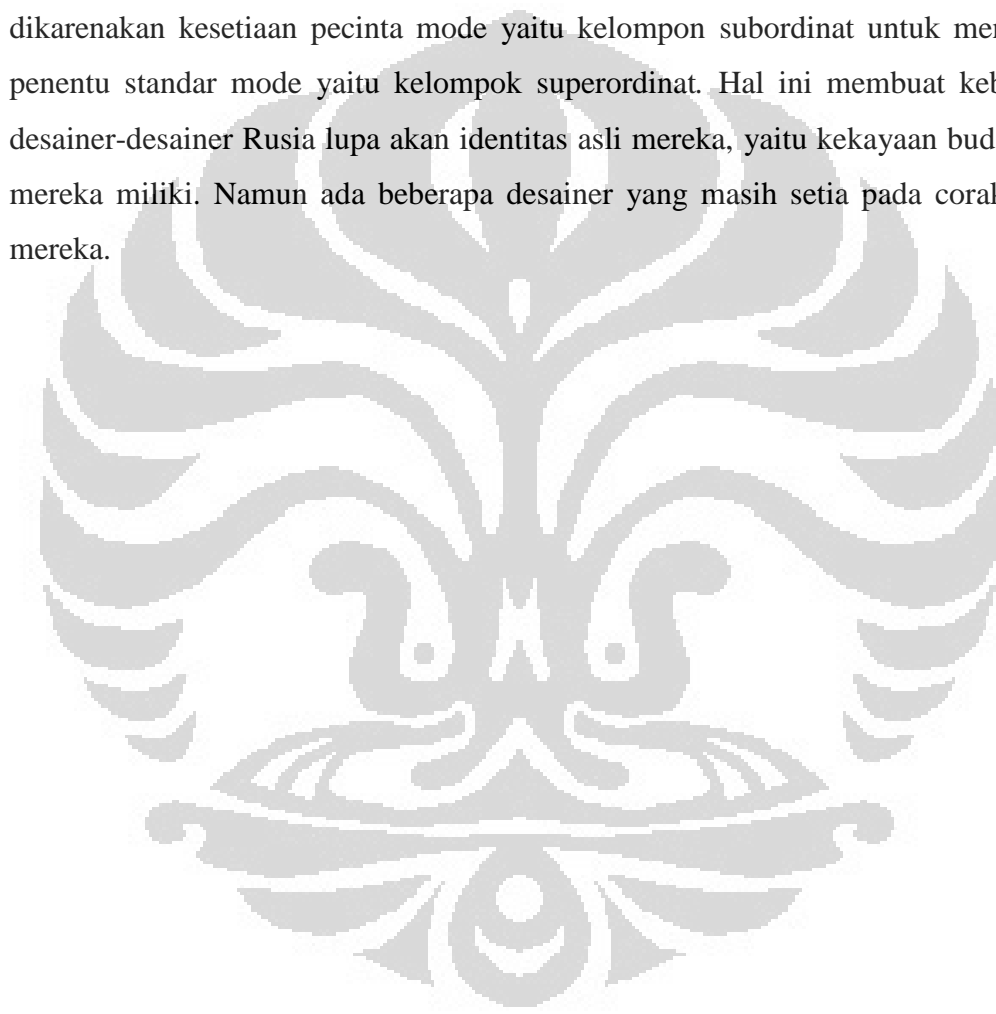
Pada tahun 2005, Akhmadullina membuat kehebohan diantara insan fesyen Paris Fashion Week dengan koleksi *prêt-a-porter* nya yang tradisional dan bergaya *à la Russe*. Para model dengan topeng binatang, memakai kaus dengan pola serigala dan burung hantu, rok polkadot sutra, syal wol khas Rusia, membawa tas kelontong persegi panjang, berjalan menyusuri *catwalk* diiringi lagu tradisional Rusia. Klien setia Akhmadullina sekarang bertambah banyak, mulai dari editor majalah Vogue Rusia, Aliona Doletskaya, Dasha Zshukova dan socialite Rusia lainnya.

Koleksi Alena Akhmadullina kebanyakan terinspirasi oleh cerita rakyat Rusia. Ia adalah salah satu desainer sukses Rusia yang memegang kunci dalam transformasi image mode Rusia di kancah internasional. Ia mengatakan bahwa untuk tetap sukses dalam industri mode, skill untuk mendesain saja tidak cukup, seorang desainer harus memiliki skill bisnis untuk mensukseskan brand yang ia miliki. Industri mode di Rusia tidak cepat berkembang karena kurangnya investasi di sektor ini. Sekarang adalah masa dimana orang menyadari pentingnya investasi dalam industri mode.

3.4 Simpulan

Dunia mode Rusia mengalami kemajuan pesat seiring dengan runtuhnya Uni Soviet menjadi Federasi Rusia. Era globalisasi yang tidak dapat dihindari membuat berbagai *brand* internasional mulai memasuki Rusia. Antusiasme masyarakat terhadap hal-hal baru tersebut didukung ideologi liberal Negara menyebabkan berpindahannya kiblat mode dari Pravda yang merupakan *trendsetter* di era Uni Soviet, menuju Prada yang merupakan *high fashion* brand dan simbol kemewahan yang

diakui internasional. Globalisasi juga berpengaruh dalam bidang industri mode di Rusia. Di era globalisasi ini, Rusia tidak mau ketinggalan untuk menunjukkan eksistensinya di kancah mode internasional. Oleh karena itu, para pelaku industry mode di Rusia bekerja sama dengan pemerintah Rusia menggelar berbagai macam *event* mode contohnya berbagai macam *fashion week*. Namun, globalisasi member dampak terciptanya pola universal dengan kata lain, terjadi keseragaman gaya dikarenakan kesetiaan pecinta mode yaitu kelompon subordinat untuk meniru para penentu standar mode yaitu kelompok superordinat. Hal ini membuat kebanyakan desainer-desainer Rusia lupa akan identitas asli mereka, yaitu kekayaan budaya yang mereka miliki. Namun ada beberapa desainer yang masih setia pada corak budaya mereka.



BAB IV

KESIMPULAN

Dunia berputar cepat. Kekinian postmodernisme menjadikan yg kemarin modern, kini kuno. Sesuatu yang tetap, sedang dan akan berlanjut terus adalah globalisasi. Globalisasi mengkonstruksi kebutuhan, mendikte selera, gaya hidup, dan menentukan desain kebudayaan global yang seragam yang sering sekali ditiru oleh para konsumen budaya agar supaya menjadi modern. Globalisasi memberikan pengaruh besar kepada dunia mode dengan mengglobalnya standar mode yang dikonstruksi oleh kaum superordinat, standar itu pun diikuti oleh pecinta mode di seluruh dunia. Sebagaimana diuraikan dalam bab I, skripsi ini membahas tentang dampak globalisasi terhadap dunia mode di Federasi Rusia dengan menggunakan metode deskriptif-analitis dan menggunakan dua teori yaoti teori globalisasi dan *the trickle down theory of fashion*. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak perubahan ideologi pemerintahan dari Uni Soviet ke Federasi Rusia dalam bidang mode, dan dampak globalisasi dalam bidang mode tahun 1998-2011.

Dalam bab II telah diuraikan sejarah mode di Rusia di era Kekaisaran dan era Soviet, disitu terlihat bahwa pergantian kekuasaan dan pergantian ideologi Negara sangat berdampak dalam bidang mode. Westernisasi Peter Agung mengawali revolusi mode di Rusia. Revolusi mode selanjutnya terjadi ketika era Kekaisaran berakhir dan dimulainya era Uni Soviet. Ideologi sosialis komunis yang dianut mengakibatkan dunia mode mati suri dan mengalami ketertinggalan. Lalu ketika Soviet runtuh, masyarakat Rusia khususnya para pecinta mode di Rusia menyadari bahwa mereka mengalami ketertinggalan.

Data-data di bab III menunjukkan bahwa ideologi liberal yang dianut Federasi Rusia sangat berdampak pada kemajuan mode di Rusia. Para pecinta mode mengekspresikan kebebasan dan mengejar ketertinggalan dengan mengkonsumsi produk mode luar negeri dan berpindah kiblat mode yang dianalogikan dari Pravda ke

Prada. Pecinta mode di Rusia mengikuti standar mode internasional yang dibuat oleh para kelompok superordinat dengan tujuan agar sebanding dengan pecinta mode di Negara lain. Dengan bantuan dari pemerintahan Rusia, mereka membuat acara-acara mode berskala dan berstandar internasional yaitu *fashion week*. *Fashion week* merupakan ajang unjuk bakat bagi desainer agar lebih dikenal khalayak mode internasional dan juga ajang bagi para desainer Internasional untuk lebih mengenal pecinta mode di Negara dimana *fashion week* tersebut diselenggarakan. *Fashion week* juga menarik wisatawan mancanegara yang mempunyai rasa ingin tahu terhadap industri mode di Negara tempat diselenggarakannya suatu *fashion week*. *Fashion week* tidak lain adalah sebuah tren global yang dianut oleh Negara-negara yang mempunyai industri mode berkembang sebagai simbol kemajuan industri mode Negara tersebut.

Rusia sendiri memiliki tiga *fashion week* yaitu Mercedes-Benz *Fashion Week Russia*, dan Volvo *Fashion Week Russia* yang diadakan di Moskow, dan Aurora *Fashion Week* yang diadakan di St. Petersburg. Pada dasarnya *fashion week* tersebut mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk mempopulerkan desainer-desainer asal Rusia, membuat masyarakatnya semakin sadar akan mode dan yang paling penting yaitu untuk menunjukkan eksistensi industri mode Rusia kepada khayalak mode internasional. Namun, desainer-desainer asal Rusia seolah-olah terlena mengikuti tren mode global tanpa disadari melupakan apa yang Friedman sebut sebagai *the olive tree* mereka, yaitu kebudayaan asli bangsa mereka. Walaupun ada desainer-desainer Rusia yang setia terhadap kebudayaan aslinya yaitu Slava Zaitsev dan Alena Akhmadullina, namun hal itu tidak cukup untuk membuat dunia terpukau oleh mode Rusia. Diperlukan rasa nasionalisme yang tinggi agar para desainer Rusia rela keluar dari standar mode internasional dan tentunya diperlukan kekompakan dan kerjasama diantara para desainer Rusia untuk memajukan industri mode Rusia dengan segala cita rasa ke-Rusia-annya yang bertujuan satu, yaitu apresiasi dunia. Dengan data-data yang didapat dan analisis yang dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa argumen tesis dapat dibuktikan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Aaker, David. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value of Brand Name*. New York: Free Press.
- Atwood, L. 1999. *Creating The New Soviet Woman: Woman's Magazines as Engineers of Female Identity*. Houndsmill, Basingstoke, U.K., and London: Macmillan.
- Bartlett, Djurdja. 2010. *FASHION EAST The Spectre that Haunted Socialism*. London: M.I.T. Press.
- Baudot, Francois. 1996. *CHANEL*. London: Thames and Hudson Ltd.
- Beumers, Big. 2006. *Pop Culture Russia!* Santa Barbara: Abc-Clio.
- Bowl, J. E. *Constructivism and Early Soviet Fashion Design In Bolshevik Culture: Experiment and Order in The Russian Revolution*. Bloomington: Indiana University Press, 1985.
- Carter, Michael. 2003. *Fashion Classic from Carlyle to Barthes*. New York: Berg.
- Dunlop, John B. 1993. *The Rise of Russia and The Fall of The Soviet Empire*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- D. Balzer, Harley. 1991. *Five Years That Shook The World Gorbachev's Unfinished Revolution*. United States of America: Westview Press Inc.
- Fahrurodji, A. 2005. *Rusia Baru Menuju Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Francesca Sterlacci, Joanne Arbuckle. 2008. *Historical Dictionary of The Fashion Industries*. United Kingdom: The Scarecrow.
- Grigor Suny, Ronald, et al. 2006. *The Cambridge History of Russia: The Twentieth Century*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Harvey Robinson, James. 1986. *Readings in European History, From The Opening of Protestant Revolt to The Present Day*. Boston: Ginn and Co.

- Herald, Jaqueline. 2007. *Fashion of a Decade, The 1920s*. New York: Infobase Publishing.
- Hughes, Lindsey. 2003. *Peter The Great: A Biography*. London: Yale University Press.
- Kawamura, Yuniya. 2005. *Fashion-ology: An Introduction of Fashion*. New York: Oxford.
- Kirsanova, Raisa. 2005. *Russia: History Of Dress*. New York: Charles Scribner's sons.
- L. Friedman, Thomas. 1999. *The Lexus and The Olive Tree*. Farrar, Straus & Giroux.
- L. Friedman, Thomas. 2005. *The World is Flat*. Farrar, Straus & Giroux.
- Lienven, Dominic, et al. 2006. *The Cambridge History of Russia: Imperial Russia 1689-1917*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Millar, James R, et al. 2004. *Encyclopedia of Russian History*. New York: The Gale Group.
- More, St. Thomas. *Utopia*. London: Yale University Press.
- Mustika, Zed. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- P. Andreeva R. 1997. *Entsiklopediya Mody*. St. Petersburg.
- P. Martynenko I. 1980. *Vyazanie i Moda Albom*. Pravda.
- Perrie, Maureen, et al. 2006. *The Cambridge History of Russia: From Early Rus' to 1689*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Ruane, Christine. 2009. *The Empire's New Clothes: A History Of The Russian Fashion Industry: 1700-1917*. London: Yale University Press.
- R. Millar, James, et al. 2004. *Encyclopedia of Russian History USA*: Macmillan
- S. Jujun, Suriasumantri. 2001. *Penelitian Ilmiah, Kefilsafatan dan Keagamaan: Mencari Paradigma Kebersamaan, dalam M. Deden Ridwan, ed. Tradisi Baru Penelitian Agama Islam: Tinjauan Antardisiplin Ilmu*. Bandung: Nuansa.
- Scheijn, Sjeng. 2009. *Diaghilev: A Life*. New York: Oxford University Press.

- Sklair, Leslie. 2002. *Globalization Capitalism & Its Alternatives*. New York: Oxford University Press.
- Striglitz, Joseph. 2006. *Making Globalization Work*. Great Britain: Clays Ltd.
- Strizhenova, T.K. 1972. *Iz Istorii Sovetskogo Kostiuma (From The History of Soviet Dress)*. Moscow: Sovetskii Khudoznik.
- Stizhenova, Tatiana. 1991. *Soviet Costume and Textiles 1917-1945*. Paris: Flammarion.
- T. S. Aleshina, L. V. Yefirmova. 2012. *Russian Elegance Country and City Fashion*. Britain: Vivays Publishing.
- Troy, Nancy J. 2003. *Couture Culture: A Study in Modern Art Fashion*. Massachusetts: 2003.
- Vernadsky, George. 1972. *History Of Russia*. London: Yale University Press.
- V. Riasanovsky, Nicholas. 1985. *The Image of Peter The Great In Russian History and Thought*. New York: Oxford University Press.
- Waters, Malcolm. 1995. *Globalization*. Great Britain: Clays Ltd.
- Wilson, Elizabeth. 2003. *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: Tauris&Co Ltd.
- Woll, Josephine. 1991. *The Invented Truth: Soviet Reality and The Literary Imagination Of Iurii Trifonov*. Durham: Duke University Press.
- Zaletova, Lidija, degli Atti, Fabio Ciofi, & Panzini, Franco. 1989. *Costume Revolution: Textiles, Clothing and Costume of The Soviet Union in The Twenties*. London: Trefoil.

Sumber Jurnal

- Blumer, Hebert. 2003. *Fashion as collective and consumer behaviour*. Fashion Foundations: Early Writings On Fashion and Dress. Berg Publisher Ltd.
- Simmel, George. 1904. 'Fashion' *International Quarterly* 10.
- Hollander, Anne. 1994. *Design Quarterly* 154.
- Luxury Society Market Guide 2011: Russia*.

Sumber Internet

Abstraction and Idealization: The Case Of Futurist and Constructivist Single-Piece Overalls. 11 April 2012. <http://process.arts.ac.uk/sites/default/files/flavia-loscialpo.pdf>

All That Glitters. 11 Februari 2012. <http://sundaymagazinepaperdoll.wordpress.com/2010/05/24/all-that-glitters/>

Comrade, That Suit Is So Chanel. 4 Februari 2012. <http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2010/12/09/comrade-that-suit-is-so-chanel/>

Costumes From Medieval Times In Kremlin. 10 November 2011.

How Russia's Super Rich Are Buying Cool. 13 Januari 2008. <http://guardian.co.uk>

http://artinvestment.ru/en/news/exhibitions/20100605_indposhiv.html

<http://nelietatravellingadventures.blogspot.com/2011/03/costumes-from-medieval-times-in-kremlin.html>

<http://www.vam.ac.uk/images/image/52450-popup.html>

"Into Production!": The Socialist Objects Of Russian Constructivism. 12 Februari 2012. <http://eipcp.net/transversal/0910/kiaer/en>

Liubov Popova Biography. 11 April 2012. <http://www.incorm.eu/Biogs/Popova.pdf>

Peter The Great. 3 Maret 2012. <http://www.nndb.com/people/599/000078365/>

Russian Origin: Kokoshnik. 5 Mei 2012. <http://russiapedia.rt.com/of-russian-origin/kokoshnik/>

Soviet Fashion. Maret 2012. www.sovietvintageuk.com

Soviet Fashion: The Beginning. 9 April 2012. <http://rt.com/art-and-culture/columns/inspired/soviet-fashion-the-beginning/>

Summits With Soviet General Secretary Mikhail Gorbachev. 3 Maret 2012.
<http://www.reagan.utexas.edu/archives/photographs/gorby.html>

The Fashion Of The War Times. 23 Maret 2012. <http://www.realussr.com/ussr/the-fashions-of-the-war-times/>

