

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya budaya pop di Jepang menyebabkan munculnya banyak fenomena di kalangan remaja Jepang, dan salah satunya adalah *kogyaru*. *Kogyaru* atau *kogal* muncul dari pertengahan hingga akhir tahun 1990-an. Istilah *kogyaru* berasal dari kata *ko* dan *gyaru*. *Ko* (子) yang disingkat dari kata *kodomo* (子供) dalam bahasa Jepang berarti anak kecil dan *gyaru* (ギャル) dari kata *girl* dalam bahasa Inggris artinya remaja perempuan, sehingga jika digabungkan menjadi remaja perempuan kecil. *Kogyaru* ingin terlihat selalu muda, semakin muda semakin baik (Izumi, 2003: 63). Istilah *kogyaru* yang ditemukan dalam artikel dan majalah-majalah adalah *kogal*, sedangkan dalam pelafalan lisan di Jepang disebut *kogyaru*. *Kogyaru* secara lebih jelasnya adalah *gyaru* yang masih bersekolah.

Gyaru atau *girl* adalah istilah untuk para remaja putri Jepang yang muncul sejak tahun 1990. *Gyaru* dapat dikatakan suatu tren modern di kalangan remaja Jepang.

Para *kogyaru* biasa berkumpul di Distrik Shibuya, Tokyo. Mereka mengenakan seragam sekolah yang telah dimodifikasi dan pergi ke mana saja dengan mengenakan seragamnya tersebut, walaupun bukan hari sekolah, seperti pergi ke *mall*, jalan-jalan bersama teman, dan sebagainya. Meskipun mereka sangat senang mengenakan seragam, para *kogyaru* bukanlah contoh murid yang baik. Tujuan mereka memakai seragam yang dimodifikasi tersebut adalah agar mereka terlihat *kawaii*, yang artinya manis dan *imut-imut* (Izumi, 2003: 63-64).

Remaja SMA Tokyo yang menjadi *kogyaru* ingin mendapat pengakuan dari masyarakat akan keberadaan mereka secara terpandang. Mereka tidak mau terikat dengan aturan/budaya masyarakat Jepang yang homogen dan ingin melakukan pemberontakan. Selain itu, *kogyaru* sangat mengutamakan penampilan mereka dalam berpakaian.

Ciri fashion kogyaru terlihat dari pakaiannya, yang biasanya berupa ikon baju seragam sekolah Jepang. Modelnya seperti seragam angkatan laut “*sailor fuku*” yang dengan memendekkan rok lebih pendek dari ukuran rok seragam pada umumnya yaitu di atas lutut. Lalu *kogyaru* memakai sejenis kaus kaki longgar *loose socks* atau *ruuzu sokkusu* (ルーズソックス), yang mulai terkenal di Jepang pada tahun 1990-an. Selain digunakan sebagai penunjang *fashion*, *loose socks* ini juga dapat berguna untuk menghangatkan kaki saat udara dingin (Izumi, 2003: 64). *Atsuzoko* juga merupakan salah satu *ciri fashion kogyaru* lainnya. Berasal dari

kata *atsui* (厚い) yang berarti tebal dan *zoko/soko* yang berarti sol atau hak sepatu, *atsuzoko* dapat diartikan sebagai sepatu ber-hak tebal/tinggi (Izumi, 2003: 68).

Dalam *fashion kogyarū* juga dikenal *chapatsu*, yaitu warna rambut yang populer dikalangan *kogyarū* yaitu rambut yang diwarnai pirang kecoklatan. Untuk merawat agar rambut mereka yang diwarnai pirang kecoklatan itu tetap terjaga, maka para *kogyarū* rutin pergi ke salon, yang disetiap kedatangannya menghabiskan biaya tidak kurang dari 3000 yen. Jangka waktu seorang *kogyarū* pergi ke salon rata-rata dua minggu sekali atau minimal satu bulan satu kali.

Seorang *kogyarū* gemar menggunakan aksesoris bermerek impor, seperti Gucci dan Louis Vuitton, begitu pula dengan kosmetiknya. Aksesoris yang mereka gunakan umumnya syal, jam tangan, anting-anting, gelang, dan tas, serta mereka selalu membawa telepon genggam dengan model yang terbaru. Jika kebanyakan anak muda tidak suka berlama-lama dengan seragam sekolahnya, *kogyarū* justru senang bergaya dengan seragam sekolahnya. Hal ini dikarenakan sejak tahun 1980-an hingga 1990-an hampir semua sekolah menengah swasta berlomba-lomba membuat seragam paling modis sebagai salah satu daya tarik sekolah mereka (Hesti, 2012: 38).

Para *kogyarū* suka bersenang-senang, berkumpul bersama dengan teman sebaya mereka yang juga seorang *kogyarū*. Biasanya mereka berkumpul setiap senin hingga jumat setelah usai jam sekolah. Pusat kegiatan dan aktivitas *kogyarū* ini bisa ditemukan di sekitar distrik Shibuya, Ikebukuro, atau di sekitar Harajuku, tempat mereka dapat menemukan karaoke, makanan cepat saji (*fastfood*), tempat berbelanja barang-barang bermerek, dan keramaian. Mereka biasanya berbelanja,

berkumpul, dan menghabiskan uang mereka di pusat *fashion*, khususnya *departemen store* yang bernama Shibuya 109 (*ichimarukyuuu*) yang ada di distrik Shibuya. Selain itu, guna mendukung gaya hidup mereka dalam menggunakan barang-barang bermerek, mereka juga menggunakan perangkat elektronik yang canggih, seperti telepon genggam terbaru atau alat-alat telekomunikasi lainnya. Hal ini memperlihatkan bahwa salah satu aspek yang menimbulkan sifat konsumtif adalah bahwa kaum remaja putri masa kini tumbuh dalam lingkungan yang selalu mengidolakan hal-hal yang berbau materi, dan juga keinginan untuk diterima dikalangan teman-teman sebaya mereka.

Guna mendukung gaya hidupnya, para *kogyaru* banyak melakukan kerja paruh waktu dan bekerja sampingan atau *arubaito*, meskipun beberapa dari mereka ada yang masih bergantung pada latar belakang orang tua yang kaya. *Arubaito* berasal dari bahasa Jerman *arbeiten* artinya bekerja. Di Jepang kata ini diartikan sebagai kerja sampingan atau kerja paruh waktu.

Bahkan beberapa *kogyaru* memilih melakukan *enjokousai* sebagai cara cepat untuk mendapatkan uang tambahan lebih. *Enjokousai*, secara harfiah dapat diartikan sebagai bantuan pergaulan (「援助」*enjo*: bantuan dan 「交際」*kousai*: pergaulan). Akan tetapi istilah *enjokousai* yang berkembang di Jepang akhir-akhir ini merupakan suatu fenomena prostitusi yang dilakukan di kalangan murid-murid SMP dan SMA berusia 14-18 tahun (Febrian, 2009: 75).

Para *kogyaru* melakukan gaya hidup yang bermewah-mewahan dengan mengutamakan penampilan mereka. Mereka membeli barang-barang yang pada dasarnya tidak terlalu mereka butuhkan dengan harga yang sangat mahal. Tas, jam

tangan, dan aksesoris lainnya yang mereka gunakan harus merupakan merek terkenal dunia yang sudah pasti memiliki nilai jual tinggi, seperti Gucci, Louis Vuitton, Hermes, CHANEL dan sebagainya.

Konsumsi berlebih adalah suatu kultur yang mengandung tingkat konsumerisme yang tinggi yang disebut juga sebagai budaya konsumtif, yaitu dorongan yang kuat untuk membeli suatu barang yang bukan merupakan kebutuhan primer melainkan demi mempertahankan gengsi (*prestige*) atau sekadar mengikuti tren mode (Miles, 1998: 70).

Miles (1998:54) juga menyatakan bahwa, konsumtif adalah perilaku individu dalam mengonsumsi sesuatu bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan dengan harga di luar jangkauan individu, serta tidak digunakan sebagai sesuatu yang menghasilkan melainkan untuk meningkatkan status individu. Membeli barang-barang yang mereka inginkan dengan harga jual tinggi dan bermerek memberikan kebanggaan khusus bagi seorang pelaku konsumtif.

Perilaku konsumtif pada seseorang terjadi jika individu mempunyai keinginan untuk selalu mengonsumsi suatu barang secara berlebihan. Individu selalu mencari kepuasan akhir, ia mengonsumsi barang yang bukan sekedar mencukupi kebutuhannya, tetapi untuk memenuhi keinginan individu. Pengonsumsi yang berlebihan sering dilakukan untuk status sehingga barang yang dikonsumsi sering kali tidak lagi mempunyai fungsi produktif. Fakta lainnya mengatakan bahwa konsumtif adalah pola konsumsi yang berada di luar kebutuhan rasional yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada faktor

kebutuhan untuk tujuan kebahagiaan, rasa dihargai, atau pengakuan sosial. (Sembiring, 2008) Begitu pun yang dilakukan oleh *kogyaru*, mereka mengkonsumsi barang dan jasa bukan untuk mencukupi kebutuhan utama atau primer, tetapi justru untuk memenuhi kebutuhan sekunder atau bahkan tersier.

Perilaku konsumtif pada remaja SMA sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja SMA sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Begitu juga dengan *kogyaru*. Mereka ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungannya. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan para *kogyaru* yang lain menyebabkan mengharuskan mereka memakai berbagai atribut *kogyaru*.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perilaku konsumtif yang dilakukan *kogyaru* di kalangan gadis remaja SMA Tokyo?
2. Mengapa para *kogyaru* melakukan perilaku konsumtif?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji perilaku konsumtif remaja perempuan SMA Tokyo yang telah menjadi bagian dalam kelompok tertentu yang disebut dengan *kogyaru*. Di samping itu, mengingat bahwa permasalahan remaja merupakan masalah yang cukup kompleks, maka penelitian ini juga bertujuan

untuk mencari faktor penyebab para gadis remaja SMA Tokyo yang menjadi *kogyaru* melakukan perilaku konsumtif.

1.4 Ruang Lingkup Permasalahan

Ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini akan dibatasi pada awal kemunculan *kogyaru* dikalangan gadis remaja SMA, yaitu tahun 1990 sampai tahun 2000-an, yang bertempat tinggal di daerah perkotaan terutama Tokyo.

1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan atau deskriptif analisis, yaitu dengan mencari fakta-fakta yang berhubungan dengan tema dari beberapa sumber bahan yang tertulis. Sumber data mengenai fenomena *kogyaru* di Jepang ditemukan dalam tesis “Trend Fashion di Kalangan Remaja Putri Jepang (Suatu Perspektif Aktualisasi Diri)” dan “Idola, Musik, Fashion dan Remaja Jepang Sebagai Wacana Kekuasaan atas Identitas”. Menggunakan metode kepustakaan, karena ingin mengkaji makna perilaku konsumtif yang terdapat dalam perilaku, gaya hidup dan penampilan *kogyaru* yang diperoleh dari beberapa tesis, buku-buku, artikel, majalah, jurnal ilmiah dan laman daring. Kemudian diolah terlebih dahulu setelah itu dianalisis dari beberapa sumber yang berkaitan dengan tema yang menjelaskan tentang makna *kogyaru*, lalu memberikan gambaran jelas tentang gaya hidup dan penampilan *kogyaru*.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I adalah Pendahuluan. Pada bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II adalah Kerangka Teori. Bab ini berisi tentang berbagai konsep, pengertian dan penjelasan umum mengenai teori yang digunakan dalam penelitian, yang terdiri dari beberapa sub bab, yaitu pengertian konsumtif, konsumtif dan remaja, perilaku konsumtif dan remaja Jepang, remaja Jepang dan hubungan pertemanan.

Bab III adalah Perilaku Konsumtif *Kogyaru* di Kalangan Remaja SMA Jepang. Bab ini terdiri atas tiga sub bab. Pada sub bab pertama menjelaskan mengenai *kogyaru* di kalangan gadis remaja SMA Tokyo. Pengertian *kogyaru*, ciri-ciri *fashion kogyaru*, kemunculan gaya *kogyaru*, aktivitas dan tempat berkumpul *kogyaru* akan dijelaskan pada sub bab ini. Kemudian pada sub bab kedua akan menjelaskan perilaku konsumtif *kogyaru*, yang terdiri dari gaya hidup *kogyaru* dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif *kogyaru*.

Bab IV simpulan. Bab ini berisikan simpulan yang diperoleh berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya.