

REPRESENTASI FASHION CULTURE DALAM DIGITAL MEDIA HYPEBEAST

by Kezia Tiffany Putri .

| | | | |
|----------------|--------------------------------|-----------------|-------|
| FILE | JURNAL.DOCX (310.51K) | WORD COUNT | 3234 |
| TIME SUBMITTED | 10-AUG-2018 08:06AM (UTC+0700) | CHARACTER COUNT | 21204 |
| SUBMISSION ID | 988827746 | | |

REPRESENTASI FASHION CULTURE DALAM DIGITAL MEDIA HYPEBEAST

Kezia Tiffany Putri

Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstrak

Industri *fashion* saat ini tidak dapat dielakkan dalam masyarakat modern, dan memiliki peran penting dalam perekonomian dunia. *Fashion* dipengaruhi oleh budaya, yang membuat *fashion* adalah objek budaya yang dibuat dengan pakaian sebagai manifestasinya. Perkembangan teknologi komunikasi bisa menciptakan alat komunikasi. Hypebeast adalah *platform* media digital yang memandu seseorang melalui gaya *fashion* yang dikombinasikan dengan informasi dengan menggunakan media sosial yaitu Instagram sebagai alatnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan representasi budaya mode melalui media digital Hypebeast, dengan menganalisis gambar visual yang ada pada akun Instagram Hypebeast. Penelitian ini akan menjelaskan dalam deskripsi kualitatif dengan metode visual dan analisis wacana. Hasil dari temuan adalah budaya Afro-Amerika merupakan Hypebeast hal yang mempengaruhi gambar visual Instagram Hypebeast. Penulis merekomendasikan hasil penelitian selanjutnya untuk menganalisis lebih dalam terkait dengan strategi komunikasi pada Hypebeast.

Kata kunci: *fashion*, budaya, media digital

Abstract

Fashion industry is inevitable in the modern society, and had important role in the world economy. Fashion is affected by culture, that makes fashion is a created cultural object with clothes as its manifestation. The development of communication technology could create a communication tool. Hypebeast is a digital media platform that guide people through fashion styling combined with information using a social media, Instagram as its tool. The purpose of this research will elaborate the representation of fashion culture through digital media Hypebeast, by analyzing on Hypebeast's Instagram visual images. Initially, the research will describe in qualitative description with visual method and discourse analysis. It was found that Hypebeast is representing Afro-American culture as affected in the visual images of Hypebeast's Instagram. Further research is needed to analyze Hypebeast communication strategy.

Keywords: fashion, culture, digital media

Pendahuluan

Gaya berbusana seseorang mencerminkan suasana hati seseorang. Menurut Douglas dalam *The World of Goods*; “Manusia membutuhkan barang-barang untuk berkomunikasi dengan manusia lain dan untuk memahami apa yang terjadi di sekelilingnya. Memang ini kebutuhan, namun, sebenarnya tunggal, yakni untuk berkomunikasi hanya bisa dibentuk dalam sistem makna yang terstruktur” (Douglas dan Isherwood, 2002: 95). Industri *fashion* di Indonesia saat ini faktanya telah mengalami perkembangan yang pesat. Industri *fashion* berkaitan erat dengan media. Peran media tidak dapat terlepas dari pesatnya antusiasme masyarakat Indonesia terhadap *fashion*. Antusiasme masyarakat Indonesia semakin besar pada industri kreatif di bidang *fashion* yang meluas lewat media. Media dapat dibagi menjadi dua, yaitu media massa dan *new media*. Media massa didefinisikan sebagai perantara komunikasi yang digunakan secara serentak untuk menjangkau publik atau masyarakat dalam skala yang besar. Kedua, *new media* yang merujuk kepada media yang interaktif, menyatukan komunikasi dua arah, dan melibatkan bentuk komputasi. Teknologi yang semakin canggih berpengaruh besar terhadap media komunikasi.

Internet sendiri merupakan bagian dari *new media* yang merupakan satu hal yang tidak dapat dilepaskan dari komunikasi saat ini. Internet merupakan suatu media yang sangat besar sekali manfaatnya, maka tidak terlalu dibesar-besarkan jika disebut sebagai *cyberspace* komunikasi baru dari masyarakat dunia (Krisyantono, 2010: 333) Berbicara tentang internet dan komunikasi, dikenal juga media sosial di dalamnya, yang semakin lama semakin banyak bentuknya. Media sosial seperti namanya, adalah media berbasis internet yang digunakan untuk bersosialisasi dengan individu ataupun kelompok secara dua arah. Salah satu contoh media sosial adalah Instagram. Faktanya, Indonesia memiliki komunitas Instagram terbesar di Asia Pasifik. Instagram merupakan media sosial yang menampilkan tampilan visual berupa foto atau video. Informasi dalam industri *fashion* menjadi lebih mudah dikomunikasikan kepada khalayak pengguna Instagram.

Industri *fashion* di seluruh dunia semakin sadar bahwa kekuatan pemasaran lewat media sosial ternyata berpengaruh dalam peningkatan pemasaran, ataupun hanya sekedar interaksi (*engagement*) yang dilakukan lewat kampanye-kampanye *fashion*. Salah satu media *fashion* yang memanfaatkan penggunaan Instagram adalah Hypebeast. Belakangan ini, industri *fashion* di penuh oleh *trend fashion* Hypebeast sendiri mungkin masih awam jika didengar oleh masyarakat yang tidak mengikuti *fashion*, akan tetapi dampaknya sudah sangat besar pada industri *fashion* Indonesia. Awal mula dari Hypebeast dimulai dari seorang pecinta *sneakers* bernama Kevin Ma. Ia merupakan kolektor *sneakers* keturunan Asia yang waktu itu bertempat tinggal di Amerika. Hypebeast berawal dari blog yang berisi tentang informasi terbaru terkait dengan *sneakers* yang stoknya terbatas atau dibuat khusus, yang biasanya susah didapatkan. Kevin Ma membuat blog tersebut pada tahun 2005 dengan tujuan awal untuk mempermudah pecinta *sneakers* seperti yang mencari informasi. Lalu tanpa sengaja, ketika Kevin Ma sedang berada di suatu tempat untuk mengantri membeli sebuah sepatu, ia mendengar percakapan

pemuda-pemuda di depannya, yang berbicara mengenai *blog* yang ia miliki, yaitu Hypebeast. Hal ini menginspirasi Kevin Ma untuk membuat *website* mengenai *sneakers* terbaru, dimana tempat untuk membeli *sneakers*, kapan waktu *released* dari *sneakers* tersebut, sampai dengan latar belakang cerita pembuatan *sneakers*.

Kevin Ma tidak menyangka bahwa *website* yang dibuatnya sangat berguna bagi *sneakershead* (orang-orang yang menyukai *sneakers*). Setelah ia mengetahui bahwa banyak orang yang membutuhkan informasi tersebut, ia mulai memperluas informasi dan berkolaborasi dengan salah satu *rapper* atau penyanyi hip-hop yang akhirnya membantu meningkatkan pembaca dari Hypebeast. Selain itu, pada jaman tersebut juga dipengaruhi oleh musik *hip-hop* yang sedang trend di mana banyak musisi yang menggunakan gaya tersebut sehingga menjadi suatu budaya pada jaman tersebut.

Fenomena Hypebeast ini yang menarik penulis dalam penelitian ini untuk membahas terkait representasi dari *fashion culture* atau budaya yang sedang *trend*. Representasi memiliki pengertian memproduksi makna, lewat bahasa. Representasi menggunakan tanda-tanda yang ditata dengan menggunakan bahasa, untuk menyampaikan pesan terhadap orang lain (Hall, 1997: 28). Pada penelitian ini, lebih lanjut akan dianalisis makna budaya di balik gambar-gambar yang diunggah pada akun Instagram dari *digital media* Hypebeast. Gambar-gambar yang sesuai dengan kriteria penelitian akan dideskripsikan, ditafsirkan maknanya, terkait dengan budaya *fashion* menurut studi kepustakaan dan literature yang akan dilakukan oleh penulis, menggunakan metode visual oleh Gillian Rose. Penelitian ini menarik untuk dilakukan untuk melihat sejauh mana Hypebeast memberikan makna pada setiap gambar sehingga dapat mengomunikasikan identitas Hypebeast dan membentuk suatu kebiasaan dalam *fashion* masyarakat urban.

Teori

Penelitian ini menggunakan teori utama yaitu teori representasi. Definisi representasi secara harfiah berarti merepresentasikan, mendeskripsikan atau menggambar dan memproyeksikan sesuatu di dalam pikiran. Representasi berkaitan erat dengan budaya. Budaya dalam hal ini berarti berbagi pengertian, dan bahasa adalah perantara di mana kita dapat mengartikan dan merubah sesuatu lewat bahasa. Proses penurunan makna dari suatu representasi bukan proses yang terbuka karena dibatasi oleh banyak faktor. John Fiske merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi, yaitu:

Tabel 2.2

Tiga Proses Dalam Representasi

| | |
|---------|--|
| Pertama | Realitas |
| | Contoh realitas pada televisi adalah <i>make up</i> yang digunakan, busana, perkataan, gaya bahasa gerak-gerak dan sebagainya |
| Kedua | Representasi |
| | Elemen yang ditandakan secara teknis . Contohnya pada televisi seperti kamera, musik, tata cahaya, dan lain-lain. Elemen tersebut diproses menjadi kode representasional yang termasuk di dalamnya berisi bagaimana objek digambarkan baik karakter, narasi setting, dialog, dan lainnya . |
| Ketiga | Ideologi |
| | Inti dari setiap elemen digabungkan dan dicari ideologinya, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, rasisme, kelas, materialisme, dan sebagainya . |

Sumber : Wibowo (2011:123)

Representasi bekerja pada hubungan tanda dan makna. Konsep representasi sendiri bisa berubah-ubah, karena dipengaruhi oleh **pemaknaan** yang selalu berkembang sehingga **representasi** bukanlah suatu kegiatan atau proses statis tapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual dan kebutuhan para pengguna tanda yang **tarsus** berubah

Metode

Pada penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian deskripsi kualitatif. Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode visual (*visual methodology*) oleh Gilian Rose. Metode visual digunakan untuk mengolah data yang berupa gambar dan akan menganalisis dengan analisis wacana dari teori-teori yang ada. Penulis mengambil data dari akun Instagram Hypebeast yang berupa gambar-gambar yang diunggah pada akun tersebut untuk melihat representasinya. Gambar dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana penulis mengambil data berdasarkan tujuan penulis. Gambar yang menjadi data diambil pada hari Rabu, 6 Juni 2018, dimana jumlah interaksi pada Instagram paling tinggi yang diasumsikan dari penelitian yang dilakukan oleh *Latergramm.com*. gambar dipilih dengan jumlah *likes* diatas 60.000, angka ini didapat dari pembagian rata-rata dari total *likes* dan jumlah gambar pada tanggal 20 Juni 2018 dan gambar yang menjadi data penulis juga dipilih yang terkait dengan *fashion*

Hasil Penelitian

Data yang berupa gambar, dianalisis oleh peneliti menggunakan metode visual, dengan analisa yang terdiri dari situs gambar, audiens, dan produksi, dengan masing-masing aspek dibagi menjadi tiga modalitas yaitu modalitas teknologi, komposisi dan sosial. Tiap gambar akhirnya memiliki 9 analisa dari beberapa sudut pandang, dalam menginterpretasikan gambar tersebut.



Gambar 4.1

Foto Kanye West *Rapper* asal Amerika yang sedang mengadakan pesta peluncuran album, situs dan *merchandise* (Sumber: Instagram @hypebeast, di akses tanggal 5 Juli 2018 pukul 22.52)

Analisis dari gambar terbagi menjadi 3 analisis, yang dilihat dari segi analisis situs gambar, situs audiens dan situs produksi. Tiga analisis tersebut memiliki masing-masing 3 modalitas yaitu teknologi, komposisi dan sosial. Jika disimpulkan menurut analisis menggunakan metode visual, Kanye West pada gambar terlihat tersenyum lebar sehingga menimbulkan efek kedekatan (*proximity*). Gambar tersebut juga terlihat di *blur* atau buram pada bagian belakang yang dimaksudkan untuk memberikan fokus kepada *point of interest* sesuai dengan *Rules of Third*, dimana Kanye West berada pada titik letak gambar agar visual terlihat menarik dan tidak datar. Analisis terkait dengan teknologi sedikit menyinggung pemilihan Kanye untuk mempublikasikan foto ini lewat akun Instagram Hypebeast dimana akun ini memiliki segmentasi pasar dari kepentingan Kanye West yaitu menjual *merchandise* yang digunakannya pada situs *online* miliknya. Pada gambar 1.1 juga memunculkan salah satu *merchandise* yang memiliki dampak yang sangat besar dalam penjualan setelah dipublikasikan. Pada gambar diatas menggambarkan suatu acara yang dipenuhi oleh artis-artis berkelas terkait dengan music Hip-Hop dan dapat dilihat pada gambar bahwa objek dari gambar seluruhnya merupakan orang dengan ras Afro-Amerika.



Gambar 1.2

Foto dari dua penyanyi *rap*, yaitu Tyler *The Creator* dan Asap Rocky saat penampilan mereka bersama

(Sumber: Instagram @hypebeast, di akses tanggal 7 Juli 2018 pukul 17.47)

Sama seperti gambar sebelumnya, gambar ini pula dianalisis menggunakan metode visual. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan yaitu kesan hangat yang dimunculkan oleh kedua penyanyi *rap* yang tampak tersenyum lebar dan saling merangkul. Kedua penyanyi tersebut menggunakan pakaian kaos yang sederhana, dengan warna senada yaitu putih. Tyler *The Creator* menggunakan celana pendek dan topi, sedangkan Asap Rocky menggunakan kaos dan celana panjang, akan tetapi kedua penyanyi ini terlihat nyaman dan percaya diri dalam menggunakan pakaian tersebut. Komposisi warna dari gambar 1.2 merupakan warna yang sama dengan kampanye pakaian dengan merek Golf, yang digunakan oleh penyanyi *rap* tersebut. Merek tersebut merupakan merek *fashion streetwear* dan gambar visual pada akun Instagram Hypebeast terkesan untuk menggabungkan budaya pakaian gaya *streetwear* dan musik Hip-Hop.



Gambar 4.13

Foto Stephen Curry dan James LeBron, pemain basket yang terkenal, saat sedang bermain di lapangan

(Sumber: Instagram @hypebeast, di akses tanggal 9 Juli 2018 pukul 23.33)

Analisis komposisi pada gambar 1.3 diambil dari teori *Rules of Third* dimana pada gambar diatas, objek foto menempati titik yang menjadi *point of interest* dan membuat gambar menjadi lebih hidup dan bagian belakang gambar yang *blur* atau kabur membuat gambar terlihat fokus. Jika diteliti lebih lanjut, baik ras dari atlet basket dan juga dua penyanyi *rap*, merupakan ras Afrika-Amerika. Tidak hanya itu, Stephen Curry jika dikaitkan dengan *fashion*, sesuai dengan pembahasan pada penelitian ini, ia berkolaborasi dengan merek fashion khususnya sepatu bernama Under Armour sehingga gambar visual di atas juga merupakan gambar kombinasi kultur dominan Afrika-Amerika yang menggabungkan olahraga basket dan *fashion streetwear* tanpa disadari oleh audiens.



Gambar 1.4

Sepatu Nike “Cactus Jack” Travis Scott x Air Jordan

(Sumber: www.instagram.com/hypebeast, diakses tanggal 10 Juli 2018, pukul 19.16)

Analisis gambar ini dapat dilihat dari komposisi yang terlihat merupakan komposisi warna yang senada sehingga terciptanya kesatuan antara produk dan latar belakang. Gambar 1.4 merupakan gambar sepatu Nike Air Jordan seri “Cactus Jack” yang berkolaborasi dengan seorang penyanyi *rap*, yaitu Travis Scott. Sepatu tersebut memiliki warna dominan biru, dan pada gambar 1.4, terlihat tiga pasang sepatu dengan seri yang sama, disusun dengan menunjukkan setiap detail dari sepatu tersebut, baik sisi belakang, sisi depan dan sisi samping. Hal yang sama ditunjukkan secara implisit pada gambar ini yaitu kolaborasi suatu merek *streetwear* dengan seorang penyanyi *rap* yang dapat diinterpretasikan bahwa gambar ini sedikit banyak menunjukkan kultur Afrika-Amerika.

Pembahasan

Hypebeast sebagai media, mencoba untuk membentuk budaya populer, memberikan relevansi terkait dengan apa yang saat ini dibutuhkan oleh masyarakat, dalam hal ini merupakan panduan mengenai gaya berbusana, di mana untuk membuat budaya populer, ia harus diterima oleh masyarakat, harus relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan dibuat populer (Storey, 1996:98). Danesi (2010:3) mengartikan representasi sebagai suatu proses pengorganisasian gagasan, atau pesan yang akhirnya berbentuk fisik. Lebih spesifik, representasi didefinisikan sebagai penggunaan simbol yang dapat berbentuk gambar, suara, dan banyak lainnya, dan ditampilkan ulang. Analisis data telah dijelaskan menggunakan metode visual, yang menghasilkan bahwa pembuat gambar secara unik menggunakan tanda-tanda tertentu untuk menunjukkan maksud yang menurut tiga proses representasi yang dirumuskan John Fiske akan menjadi:

Tabel 4.1
Representasi Budaya Fashion pada akun Instagram @hypebeast berdasarkan 3 Proses dalam Representasi John Fiske

| Pertama | Realitas |
|---------|---|
| | Realitas pada tahap pertama representasi berkaitan dengan data yang direpresentasi, pada konteks penelitian ini berupa gambar-gambar pada akun Instagram Hypebeast. Kesimpulan secara keseluruhan, realita yang ada pada gambar mencerminkan gambar objek, yaitu model yang merupakan seorang penyanyi ataupun atlet basket, yang menunjukkan realita gaya hidup mereka, yaitu busana (<i>fashion</i>) yang menggunakan pakaian <i>streetwear</i> . |
| Kedua | Representasi |
| | Representasi maksudnya adalah elemen-elemen di atas yang dijabarkan secara teknis. Pada gambar-gambar yang telah dianalisis sebelumnya, pakaian atau gaya <i>fashion</i> mereka digambarkan sesuai dengan identitas artis yang menggunakan atau berkolaborasi dengan merek (<i>brand</i>) tertentu untuk menggambarkan sebuah gaya hidup dalam hal berpakaian, musik, maupun olahraga, dimana gaya hidup tersebut ditampilkan dengan berita yang persuasif dan estetik pada gambar. |
| Ketiga | Ideologi |

| | |
|--|---|
| | <p>Proses terakhir dari representasi adalah ideologi dimana semua elemen diorganisasikan dalam koheransi dan kode ideologi, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, dan sebagainya. Pada analisis ideologi, representasi dari gambar-gambar yang ada pada akun Instagram Hypebeast menampilkan gambar dari ras dominan dari objek gambar yaitu ras Afrika-Amerika. Pada analisis data telah disinggung hal-hal mengenai budaya ras Afrika-Amerika, dimana ras ini merupakan ras yang mengembangkan budaya musik Hip-Hop, dimana pakaian yang digunakan para penyanyi Hip-Hop disebut pakaian <i>streetwear</i>, yang model pakaiannya merupakan model pakaian sehari-hari. <i>Streetwear</i> juga berkembang dari kolaborasi beberapa merek (<i>brand</i>) dengan atlet basket, yang memiliki ras Afrika-Amerika, seperti gambar dan informasi yang diunggah oleh akun Instagram Hypebeast, yang ternyata merupakan pengembangan dari budaya <i>streetwear</i>.</p> |
|--|---|

Sumber: Data Primer Olahan Peneliti (2018)

Berdasarkan analisis yang menggunakan tiga proses dalam representasi John Fiske terhadap gambar-gambar pada akun Instagram Hypebeast yaitu dapat dilihat representasi ras Afrika-Amerika yang memiliki latar belakang budaya *fashion* khas yang ada pada gambar-gambar di akun Instagram Hypebeast, yaitu budaya *streetwear fashion*. Tahun 1990 merupakan tahun yang penting bagi perkembangan budaya populer kulit hitam, di mana pada saat itu, budaya Afrika-Amerika sedang terkenal dan disukai banyak orang khususnya di Amerika.

Tahun tersebut merupakan tahun dimana para penghibur berkulit hitam mengalami kejayaan, seperti Shaquille O'Neal yang merupakan atlet bintang basket yang sangat ikonik, pada saat itu pula tahun Hip-Hop, yaitu music Hip-Hop khas ras Afrika-Amerika sedang populer (Ramsey, 2003:164) Pernyataan ini dapat dihubungkan dengan hasil dari analisis melalui teori representasi pada tabel 4.1, bahwa konten visual dari akun Instagram Hypebeast, mempresentasikan budaya dari ras Afrika-Amerika, dengan menampilkan music *rap* atau *Hip-Hop* dan beberapa informasi olahraga yang dominan pada informasi tentang basket, dan atlet-atletnya yang mana semua makna dari gambar visual yang ada, jika dikaitkan menunjukkan budaya kelompok ras tertentu, yaitu Afrika-Amerika.

Sebelum tahun 1990, merupakan era dimana orang-orang ras Afrika-Amerika dipekerjakan sebagai budak. Ras Afrika-Amerika tidak memiliki hak yang sama seperti masyarakat kulit putih di Amerika. Pada buku *Slave to Fashion*, karya Monica L Miller, dijelaskan bagaimana orang-orang kulit hitam pada tahun sebelum 1990 merupakan kaum marginal, dan diwajibkan menggunakan seragam kerja pada saat hari Senin sampai Sabtu, dan hanya dapat bebas pada hari Minggu, sehingga eksplorasi pada gaya busana dilakukan pada hari Minggu saat pergi ke gereja (Miller,2009:3) Hal ini menunjukkan bahwa kaum ras Afrika-

Amerika tidak memiliki cukup hak dan kesempatan untuk mengekspresikan diri pada era tersebut.

ekspresif dan bebas. Tahun 1990 seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa tahun ini merupakan era kebangkitan kaum kulit hitam, Tahun 90an merupakan tahun dimana acara televisi “*The Cosby Show*” yang merupakan acara yang diperankan oleh orang-orang kulit hitam. Pada tahun ini, media televisi berperan aktif untuk menyebarkan paham-paham kebebasan ras Afrika Amerika. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya muncul banyak orang-orang kulit hitam yang membanggakan Amerika lewat olahraga seperti basket, yaitu Michael Jordan dan Shaquille O’Neal, dibentuknya *American Basketball Dream Team* pada tahun 90an, yang kala itu merupakan sebuah budaya populer, yang disukai banyak orang, sehingga mempermudah penyebaran dari diaspora budaya Afrika-Amerika.

Era 1990 merupakan era kebangkitan dari ras Afrika Amerika sehingga mempengaruhi perkembangan ekonomi Amerika melalui industri *fashion* dan musiknya. Budaya yang ada ini terus berkembang sampai ke luar dari Amerika, budaya merupakan suatu hal yang berlangsung terus-menerus. Budaya populer akan selalu tergantikan dengan budaya-budaya lain sesuai dengan keinginan massa. Pada tahun 2000an budaya tersebut mulai perlahan tertutup oleh budaya lain. Hypebeast dibuat pada tahun 2005, yang mencoba untuk membangkitkan budaya dari ras Afrika Amerika lewat setiap informasi yang diberikan, sampai saat ini, Hypebeast dan kontennya, disukai oleh massa, sehingga kembali muncul. Munculnya tren ini disebabkan oleh peran *new media* yaitu dalam hal ini adalah Instagram sebagai sosial media yang memiliki kekuatan yang besar sehingga mampu untuk mengontrol selera dari masyarakat modern sehingga budaya *fashion* Afrika-Amerika dapat dengan mudah disukai oleh publik.

Pendiri Hypebeast, Kevin Ma, bukanlah seseorang dengan ras Afrika-Amerika, akan tetapi ia merupakan seseorang yang memiliki ketertarikan dengan budaya Afrika-Amerika sehingga tidak heran juga konten atau isi dari setiap gambar yang diunggah pada akun Instagram Hypebeast merepresentasikan kebangkitan budaya Afrika-Amerika. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu gambar-gambar yang diteliti hanya diwakilkan oleh hari tertentu, dan dalam penelitian selanjutnya, perlu diteliti lebih lanjut terkait dengan gambar-gambar pada konten Instagram Hypebeast yang diunggah setiap hari.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam informasi terkait dengan siapa yang membuat konten gambar dan faktor yang mempengaruhi unggahan gambar-gambar tersebut, sehingga penelitian selanjutnya perlu memperdalam analisis terhadap motif dari pembuatan dan produksi gambar, juga organisasi konten yang diunggah, apakah hal tersebut merupakan ketentuan dari manajerial Hypebeast, ataukah bebas sesuai dengan kreatifitas dari pembuat konten yang mengelola Instagram Hypebeast.

Simpulan dan Saran

2018, telah diambil dan dianalisis menggunakan metode visual dengan beberapa aspek yang dapat dilakukan untuk menginterpretasi sebuah gambar, dan menemukan bahwa:

- a. Presentasi seluruh gambar yang dijadikan sumber data memiliki makna yang berkaitan dengan budaya dari ras Afrika-Amerika, yaitu music *rap* atau *Hip-Hop*, informasi terkait dengan atlet basket dengan ras Afrika-Amerika, dan gaya busana *streetwear*, yaitu busana yang merupakan perkembangan budaya yang dipengaruhi oleh musik *Hip-Hop* dan budaya ras Afrika-Amerika tahun 1990an.
- b. Fokus dari penelitian ini berfokus pada akun Instagram dari Hypebeast, temuan yang ada dapat menjawab bahwa representasi *fashion culture* dalam *digital media* Hypebeast adalah budaya *fashion* yang dipengaruhi oleh budaya ras Afrika-Amerika, dalam hal ini yaitu budaya *fashion streetwear* yang merupakan budaya *fashion* ras Afrika-Amerika. Gambar-gambar akun Hypebeast dianalisis menggunakan teori 3 proses dalam representasi oleh John Fiske menghasilkan pengertian ideology yaitu rasisme dari konten gambar yang diunggah pada Instagram Hypebeast. Ideologi rasisme pada gambar merupakan representasi dari kebangkitan budaya dari ras Afrika-Amerika.

Daftar Pustaka

- 9 Danesi, Marcel. (2002). *Understanding Media Semiotics*. Arnold.
- 8 Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Vol. 2)*. New York: Sage.
- Miller, M. L. (2010). *Slaves To Fashion: Black Dandyism And The Styling Of Black Diasporic Identity*. Duke University Press
- 6 Rachmat Kriyantono. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- 7 Ramsey, G. P. (2003). *Race Music: Black Cultures From Bebop To Hip-Hop (Vol. 7)*. Univ Of California Press.
- 11 Rose, G. (2001). *Visual methodologies: An Introduction to The Interpretation of Visual Methodologies*. London: SAGE Publication.
- 12 Nasution, Marliana Nurjayanti. (2014). *Representasi Gaya Fashion Remaja Metropolitan Dalam Sinetron Diam-Diam Suka*. Universitas Diponegoro Semarang.
- 13 Yuniya Kawamura. (2018). *Fashion-Ology: An Introduction To Fashion Studies*. London: Bloomsbury Publishing.

REPRESENTASI FASHION CULTURE DALAM DIGITAL MEDIA HYPEBEAST

ORIGINALITY REPORT

% **10**
SIMILARITY INDEX

% **10**
INTERNET SOURCES

% **2**
PUBLICATIONS

% **6**
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 eprints.umm.ac.id Internet Source % **2**

2 media.neliti.com Internet Source % **1**

3 id.123dok.com Internet Source % **1**

4 library.binus.ac.id Internet Source % **1**

5 repository.usu.ac.id Internet Source % **1**

6 eprints.uny.ac.id Internet Source % **1**

7 Submitted to University of Sussex Student Paper % **1**

8 Submitted to Kingston University Student Paper % **1**

9 Submitted to University of Essex

10

library.upnvj.ac.id

Internet Source

<% 1

11

www.zebracki.org

Internet Source

<% 1

12

ejournal-s1.undip.ac.id

Internet Source

<% 1

13

www.repositorio.ufrn.br:8080

Internet Source

<% 1

14

vdocuments.site

Internet Source

<% 1

15

Angger Siswanto, Poppy Febriana.
"Representasi Indonesia dalam Stand Up
Comedy (Analisis Wacana Kritis Norman
Fairclough dalam Pertunjukan Spesial Pandji
Pragiwaksono "Mesakke Bangsaku")", KANAL:
Jurnal Ilmu Komunikasi, 2018

Publication

<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF