

ABSTRAKSI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Advertising

Nike Parandyani

GAYA KOMUNIKASI *HARAJUKU STYLE* DALAM KOMUNITAS *JAPAN FREAKS*

Tahun Skripsi: 2008, x + 112 hal + 30 hal. Lampiran. Daftar Kepustakaan 30 Buku.

Kemajuan yang dimiliki oleh Jepang yang dikenal dunia tidak hanya dari teknologi, tetapi meliputi segala aspek kehidupan, sosial, budaya, termasuk gaya hidup. Salah satu budaya Jepang yang menjadi acuan masyarakat muda dunia adalah budaya populernya. Kebudayaan populer tersebut bahkan menjadi ciri khas Jepang. *Anime, games, komik, drama, film* serta musik Jepang merupakan produk budaya yang sangat digemari anak muda dunia.

Sekitar 7 tahun yang lalu produk baru budaya populer Jepang meluas ke seluruh dunia. *Harajuku style*, istilah ini sangat dikenal kalangan muda di seluruh dunia. Gaya tersebut merupakan gaya penampilan yang diciptakan oleh masyarakat melalui berbagai proses sosial yang ada. *Harajuku style* merupakan gaya penampilan yang diartikan juga sebagai gaya perlawanan, karena berlawanan dengan situasi sosial yang ada di Jepang. *Harajuku style* tersebut muncul karena anak muda yang sengaja memamerkan gaya penampil mereka di Harajuku. Dimana Harajuku adalah salah satu nama daerah di Tokyo yang disekitarnya adalah pusat pertokoan untuk pakaian.

Kegemaran anak muda terhadap budaya – budaya populer tersebut sangat terlihat, bahkan mereka membentuk kelompok untuk menyatakan dirinya sebagai penggemar budaya populer tersebut. Kelompok – kelompok tersebut biasanya dibentuk sesuai dengan kesamaan kegemarannya, akan tetapi mereka memiliki satu kesamaan yaitu produk Jepang. Kegemarannya yang terlalu fanatik, membuat kesan menakutkan bagi orang disekitarnya, sehingga muncul istilah *Japan Freaks*.

Para penggemar *harajuku style* misalnya, mereka berani tampil dalam gaya pakaian yang berbeda dengan sekitarnya. Keberaniannya tersebut tentunya membentuk kesan yang berbeda dengan seseorang berpenampilan sebagaimana umumnya. Keunikan dari para pelaku *harajuku style* tersebutlah yang memunculkan permasalahan bagaimana gaya komunikasi para pelaku *harajuku style* tersebut, mengapa memilihnya, dan bagaimana tanggapan orang dekatnya yaitu teman. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Dari hasil pengumpulan data, para pelaku *harajuku style* memiliki gaya komunikasi asertif, yang sangat menonjol adalah gaya nonverbal yang berupa artifak, hal tersebut terlihat dari gaya penampilan mereka. Selain gaya penampilan tersebut, para pelaku *harajuku style* juga lebih ekspresif, ekspresi – ekspresi tersebut ditiru dari *anime, komik, atau film* Jepang. Para pelaku *harajuku style* memilihnya karena menyukai gaya tersebut, dan teman sekitarnya menilai selama tidak berlawanan dengan situasi yang ada, tidak menentangnya, bahkan menyukainya.