



INTISARI

Fashion adalah komunikasi yang menyampaikan pesan secara non- verbal dari penggunanya. Skripsi ini akan menguraikan tentang konsep fashion Harajuku yakni sebuah konsep *fashion* yang berasal dari Jepang. Penelitian ini juga mengungkapkam pemikiran Georg Simmel mengenai fashion dan berupaya untuk menganalisis bentuk komunikasi *fashion* Harajuku melalui pemikiran *fashion* Georg Simmel.

Skripsi ini merupakan penelitian kualitatif dengan ini menggunakan metode kepustakaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah, pertama, memahami kembali pemikiran Georg Simmel tentang *Fashion* juga konsep *fashion* Harajuku, untuk menemukan kembali makna secara filosofis dalam pemikirannya. Langkah berikutnya melakukan interpretasi terhadap pemikiran Georg Simmel dan Harajuku untuk menangkap makna komunikasi fashion dalam konsep tersebut. Di tahap terakhir akan dilakukan analisis terhadap *fashion* Harajuku dalam tinjauan filsafat komunikasi *fashion* Simmel.

Hasil penelitian ini , mengungkapkan bahwa *fashion* Harajuku merupakan konsep fashion yang menolak perubahan yang terjadi dalam *fashion*, dan lebih mengutamakan *fashion* sebagai bentuk ekspresi diri .Georg Simmel mengungkapkan tentang konsep *fashion* yang berhubungan dengan kelas sosial yang menyebabkan terjadinya imitasi dan diferensiasi, selain itu Simmel juga mengungkapkan tentang ketertarikan wanita yang lebih terhadap *fashion*. Di akhir pembahasan mengenai *fashion* Simmel menyatakan ada konsep yang menolak konsep fashion utama dan berada pada arus berbeda yang disebut sebagai kelompok anti-*fashion*. Harajuku ditinjau melaui pemikiran Simmel yakni Harajuku merupakan bentuk diferensiasi terhadap konsep *fashion* yang ada pada masyarakat umumnya. Tetapi diferensiasi bukan disebabkan perbedaan kelas, melainkan konsep *fashion* harajuku tentang kebebasan *fashion*. Hal ini dikarenakan Harajuku *fashion* merupakan kelompok anti-*fashion*, dalam konsep Simmel yakni kelompok yang tidak ingin terlibat dengan konsep *fashion* yang hanya mengimitasi, Harajuku juga menolak konsep gender yang menjadi batas dalam berekspresi. Bagi *fashion* Harajuku *fashion* adalah bentuk komunikasi dan ekspresi dari setiap pengguna *fashion* yang didasari nilai kebebasan individu.

Kata Kunci : *Fashion*, Imitasi, Diferensiasi, Gender, Anti-*fashion*, Harajuku,



ABSTRACT

Fashion is a communication with a non-verbal message from the subject. This research aims to explain about Harajuku fashion, a fashion concept from Japan with an anti-mainstream style. Based on Simmel's opinion, fashion is an interaction or non-verbal communication. This research employed theory of philosophy of fashion communication by Georg Simmel to analyze Harajuku fashion.

This research is a qualitative research and a literature method is used to analyze the data. The first method used to analyze the data was reviewed Georg Simmel's fashion concept and Harajuku fashion concept to find the philosophical reflection. The second method was interpreted Simmel's fashion concept and Harajuku fashion concept to comprehend the reason of fashion's communication from both Georg and Harajuku concepts. The last method was analyzed Harajuku fashion with Georg Simmel's theory of fashion communication.

The finding of this research shows that Harajuku refused change or trend concept in fashion, because fashion is about self-expression. Georg Simmel explain about fashion is related to social class as the reason for imitation and differentiation. Simmel also explain about woman tendency in fashion. In the last explanation Simmel explain there is a group who refused the first concept in anti-mainstream fashion it called as anti-fashion. Harajuku on Geog Simmel's fashion communication shows that Harajuku fashion is a differentiation from fashion concept that accepted by society. This differentiation is not caused by different social class but it was caused by Harajuku concept about freedom in fashion. The reason is because Harajuku denote as anti-fashion, on Simmel's concept it was a group who try to secede from society imitation in fashion. Harajuku also refuse gender within fashion as limitation to expressing. Because in Harajuku conception, Harajuku, fashion is a communication about how to express ourselves based on self-freedom.

Key words : Fashion, Imitation, Diferentiataion, Gender, Anti-fashion, Harajuku