

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era *digital* saat ini penggunaan *gadget* dan *internet* dapat di anggap sebagai pendamping manusia, seluruh kegiatan manusia pada masa kini tidak lepas dari penggunaan *gadget* dan *internet*. Dari yang dahulu *gadget* hanya digunakan untuk menelepon dan saling bertukar pesan melalui *SMS* dari satu individu ke individu lainnya, namun saat ini *gadget* dan *internet* menjadi sarana untuk melaksanakan segala sesuatu dengan mudah dan mulai menjadi suatu kebutuhan bagi manusia. Mulai dari komunikasi, belanja, edukasi hingga hiburan.

Seiring berkembangnya waktu cara manusia dalam berkomunikasi tentu memiliki sebuah kemajuan, seperti sosial media. Sosial media adalah media yang digunakan sebagai sarana bersosialisasi dengan satu sama lain yang dilakukan secara *online* dan memungkinkan manusia untuk berkomunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. (Rustian Saumi, 2012).

Sosial media menyediakan berbagai kemudahan dalam kehidupan manusia, sosial media saat ini merupakan unsur sarana komunikasi manusia, pengertian komunikasi secara garis besar sendiri adalah penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan melalui sebuah media.

Cara manusia berkomunikasi seperti bertukar informasi, menyampaikan informasi hingga menerima informasi melalui sosial media dapat dilakukan melalui berbagai macam aplikasi atau *platform* dalam sosial media, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Youtube, Pinterest, Telegram, Snack Video, dan

masih banyak lagi. Namun dari sekian banyak aplikasi/*platform* dalam sosial media, yang belakangan ini menjadi aplikasi favorit oleh warganet terutama mereka yang masih berusia remaja antara lain Tiktok dan Instagram.

Tiktok adalah aplikasi yang tersedia dalam *gadget* dan termasuk ke dalam aplikasi populer dan diminati oleh masyarakat dunia. Apalagi tiktok menyediakan fitur pembuatan video yang berdurasi hingga 3 menit dengan disertai musik, filter yang menarik dan dapat langsung mengedit video melalui aplikasi tersebut. Aplikasi Tiktok di terbitkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, perusahaan ByteDance awalnya menerbitkan aplikasi video berdurasi pendek bernama Douyin sebelum menciptakan aplikasi Tiktok, hanya dalam kurun waktu 1 tahun Douyin mampu memiliki total 100 juta pengguna Douyin hingga 1 milyar tayangan video setiap hari. Kesuksesan aplikasi Douyin membuat perusahaan ByteDance memperluas penyebaran aplikasi tersebut hingga ke luar China dengan sebutan Tiktok.(Adawiyah, 2020)

Sedangkan aplikasi Instagram ialah aplikasi yang berbasis internet, dimana penggunanya dapat menyebarkan foto dan video dalam akun yang telah dibuat untuk kemudian disebar luaskan di media sosial Instagram itu sendiri, Instagram menyediakan fitur *follow* bagi penggunanya yakni *followers*/pengikut dan *following*/mengikuti di setiap akun Instagram pribadi milik pengguna.

Dengan adanya aplikasi Tiktok dan Instagram warganet mempunyai sarana untuk mengekspresikan diri dengan cakupan penyebaran yang luas. Seperti salah satunya yakni melalui *fashion* atau gaya berpenampilan, Tiktok dan Instagram

seringkali menjadi ajang untuk menunjukkan *fashion*/gaya berpenampilan kepada para warganet.

Sebagai salah satu fungsi *fashion*, tidak sedikit seseorang memiliki tujuan dari pakaian yang dikenakan dan merujuk pada identitas diri, definisi penampilan tidak hanya berfokus untuk mempercantik diri dan nyaman untuk digunakan, namun penampilan juga wadah dari bentuk pengekspresian diri oleh suatu individu yang ditujukan kepada khalayak umum. Ekspresi diri atau pengungkapan diri memiliki berbagai tujuan, mulai dari kepribadian, sifat, karakter, kesukaan/*favorite*, dsb.

Dari paparan di atas, tentunya banyak dari warganet pengguna Tiktok menciptakan *fashion* menarik yang disebarluaskan melalui aplikasi sosial media Tiktok yang kemudian merambah ke aplikasi Instagram hingga di terapkan ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Salah satu fenomena *fashion* yang berhasil di ciptakan oleh warganet ialah 3 macam perempuan melalui cara berpakaianya, yakni Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba.

Istilah tersebut pertama kali di cetuskan oleh salah satu pemilik akun Tiktok @javamassie atau Anooo pada bulan Mei 2022, awalnya Anooo memperkenalkan nama – nama sebutan untuk para perempuan itu sebagai konten Tiktok, namun berujung pada warganet yang ramai bertanya – tanya apa arti dibalik sebutan Cewek Kue, Cewek Bumi dan Cewek Mamba.(Sari Puspita, 2022)

Anooo menjelaskan mengenai arti dari ketiga macam perempuan tersebut melalui akun Tiktok miliknya, Cewek Kue ialah perempuan yang senang memakai *outfit* berwarna terang, terlihat feminim dan senang mengunjungi *street gallery*.

Cewek Bumi ialah perempuan yang suka dengan warna – warna bumi atau *earth tone*, seperti warna coklat, hijau, biru dan warna yang menggambarkan suasana alam. Sedangkan Cewek Mamba ialah perempuan yang senang memakai *outfit simple* namun terkesan wow bila dipandang dan sering memilih *outfit* cenderung ke warna hitam, mulai dari atas (aksesoris topi, jilbab, rambut, baju, tas, dll) hingga bawah (celana, rok, sandal dan sepatu). 3 sebutan perempuan tersebut telah menjadi fenomena yang ramai dibicarakan serta diminati, dan belum pernah terjadi sebelumnya.

Namun yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini dari 3 macam perempuan di atas adalah Cewek Mamba. Cewek Mamba berhasil menyita perhatian para perempuan jaman sekarang, dikarenakan *look* nya yang terlihat *simple* namun keren dipandang, warna hitam menjadi warna netral yang cocok digunakan dalam aktivitas apapun, dan biasa di padukan dengan warna putih, navy, abu-abu dan denim.

Munculnya Fenomena Cewek Mamba juga atas kehendak dari kesadaran tiap individu itu sendiri, maka dari itu penelitian ini di adakan guna untuk meneliti lebih dalam mengenai kemunculan fenomena “Cewek Mamba” mulai dari kesadaran, imajinasi, hingga keinginan dari individu yang melakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah adalah Bagaimana fenomena Cewek Mamba dapat dijadikan sebagai sarana berekspresi diri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini setelah penjabaran latar belakang dan rumusan masalah di atas adalah untuk meneliti mengenai fenomena cewek mamba yang bertujuan sebagai sarana para wanita muda untuk mengekspresikan diri.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di dapatkan dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan kajian dalam melakukan penelitian serupa, mengenai seseorang yang mengekspresikan dirinya dibalik balutan fashion/gaya berpakaian yang dikenakan. Serta dapat menjadi sumber pengetahuan pada penelitian bidang kajian komunikasi studi fenomenologi, bidang kajian fashion serta ekspresi diri yang meliputi kepribadian, penemuan diri yang berdasar pada pengalaman diri.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perempuan yang memiliki selera berpakaian seperti cewek mamba agar dapat meningkatkan faktor kepercayaan diri melalui penampilannya yang dapat diungkapkan dengan pengekspresian diri sehingga individu yang berhasil mengekspresikan diri melalui outfit yang dikenakan nantinya dapat memberikan eksistensi terhadap diri sendiri, Serta dapat bermanfaat di dunia fashion budaya pop Indonesia untuk menambah inspirasi outfit dan identitas fashion yang baru dalam dunia fashion.