

**FASHION SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI  
(ANALISIS SEMIOTIK FASHION KONTROVERSIAL LADY GAGA)**

**CHRISTIANY JUDITHA**

*email: christiany.juditha@kominfo.go.id*

**Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika  
(BBPPKI) Makassar, Kementerian Komunikasi dan Informatika**

**ABSTRACT**

*American pop singer Lady Gaga is known for controversial with her fashions unusual. Many religious groups in several countries rejected it because of the controversy. The reason Lady Gaga often use symbols that are insulting and blasphemous religious costumes reflected her shows. This study aimed to get a picture of Lady Gaga's controversial fashion as a medium of communication. The method used is to approach Pierce semiotic analysis to determine the meaning of the symbols in fashion Lady Gaga controversy which consists of a sign, object and interpreter. The result of the study concludes that Lady Gaga is known for using the symbols of religious insult. However, despite much criticism, but through costumes that Lady Gaga wants to communicate about him being free and not governed by any rules and free to do whatever he likes, including wearing fashion.*

*Keywords : fashion, media communication, semiotics, Lady Gaga.*

**ABSTRAK-**

Penyanyi pop Amerika Lady Gaga dikenal kontroversial dengan *fashion-fashion*-nya yang tidak lazim. Banyak kelompok agama disejumlah negara menolaknya karena kontroversi tersebut. Alasannya Lady Gaga sering menggunakan simbol-simbol yang menghina dan menghujat agama yang tercermin dari busana-busana *show*-nya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang *fashion* kontroversial Lady Gaga sebagai media komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis semiotik dengan pendekatan Pierce untuk mengetahui makna simbol-simbol pada *fashion* kontroversi Lady Gaga yang terdiri dari tanda, objek dan penafsir. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Lady Gaga dikenal karena menggunakan simbol-simbol penghinaan agama. Namun meskipun banyak mendapat kritikan, tetapi melalui kostum-kostumnya itu Lady Gaga ingin mengkomunikasikan tentang dirinya yang bebas dan tidak diatur oleh aturan apapun serta bebas melakukan apa saja yang ia sukai termasuk mengenakan *fashion*.

Kata kunci : *fashion*, media komunikasi, semiotika, Lady Gaga.

**PENDAHULUAN**

Masih hangat dibenak kita bagaimana konser artis pop Amerika, Lady Gaga yang rencananya akan digelar di Indonesia 3 Juni 2012, gagal total. Penolakan berbagai kelompok

masyarakat baik itu kelompok-kelompok Islam garis keras dan anggota DPR sampai menteri agama harus dihadapi artis seksi ini. Penolakan ini dipicu karena Lady Gaga dinilai sebagai artis yang sering menggunakan pakaian

seksi serta gerakan tarian erotisnya yang akan merusak generasi muda. Kepala Bidang Humas Polda Metro Jaya Kombes Rikwanto mengatakan ada 8 elemen yang memberi masukan agar konser Lady Gaga tersebut tidak diberi rekomendasi yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI), Fraksi PPP dan PKS, Front Umat Islam (FUI), Front Pembela Islam (FPI), Gerakan Umat Anti Maksiat (Gumam), Wahdah Islamiah dan Lembaga Adat Besar RI.

Karenanya promotor Lady Gaga membatalkan konser setelah kalangan Islam garis keras mengancam akan melakukan tindakan kekerasan jika konser tersebut tetap dilakukan. Bahkan Front Pembela Islam, atau FPI, telah mengancam akan mengerahkan 30.000 anggotanya untuk secara fisik mencegah konser Lady Gaga sejak turun dari pesawat. Polisi Indonesia pun telah menolak untuk mengeluarkan izin yang diperlukan kecuali jika Lady Gaga bersedia untuk mengikuti semua aturan yang berlaku di Indonesia padahal lebih dari 52.000 tiket telah terjual habis (Voaindonesia.com, 2012).

Indonesia bukan satu-satunya negara yang menolak konser Lady Gaga. Korea Selatan, Pilipina dan Malaysia juga menolak artis nyentrik ini. Kelompok-kelompok Kristen di Korea Selatan menghendaki ikon pop Lady Gaga membatalkan konsernya di Korea. Karena menilai Lady Gaga simbol pornografi dan mengkampanyekan homoseksual. Pemerintah Korea Selatan telah tunduk kepada tekanan publik dan melarang warga berusia dibawah 18 tahun menghadiri konser Lady Gaga. Tak hanya dari aktivis agama, aktivis sosial yang menamakan diri mereka sebagai *Alliance for Sound Culture In Sexuality* juga menyuarakan keprihatinan terhadap pertunjukkan konser LadyGaga yang dianggap porno.

Mereka mengadakan pertemuan masal dan doa bersama untuk menolak konser Gaga. Poster-poster penolakan juga ditempel di setiap sudut kota dengan menyebutkan bahwa Lady Gaga telah menyebarkan budaya seksualitas yang tidak sehat.

Hampir sama dengan, Korea Selatan, di Filipina juga terjadi gelombang demo dari berbagai kelompok dan ormas agama. Salah satunya dari kelompok yang bernama *Filipino Christian Youths* (FCY). Kelompok ini menggalang ratusan demonstran, dan membuat poster-poster penolakan Gaga. Salah satu yang menonjol dari bunyi poster demo adalah kecaman terhadap lagu berjudul “Judas” milik Lady Gaga yang dinilai menghina Tuhan. Sementara di Malaysia sendiri, Menteri Koordinator Hukum dan Keamanan Malaysia, Dato Seri Mohamed Nazri Bin Abdul Azis, menegaskan pihaknya mengambil keputusan yang sama dengan pemerintah Indonesia, yang melarang konser penyanyi pop tersebut di negaranya (Shoutussalam, 2012). Sejak awal pemerintah Malaysia telah menolak permohonan konser penyanyi ini. Tidak hanya itu saja, negara ini juga melarang semua lagu-lagunya masuk.

Bulgaria dan Cina juga merupakan negara lainnya yang memprotes konser Lady Gaga yang akan diselenggarakan di negara mereka. Gereja Ortodoks Bulgaria merasa bahwa lirik lagu dan juga penampilan penyanyi itu mendorong orang lain untuk berbuat dosa. Uskup Znepole Yoan mengatakan bahwa perbuatan dosa itu tidak patut dibanggakan. Sedangkan Cina yang merupakan negara komunis yang juga menolak kedatangan dan konser Lady Gaga. Langkah yang diambil oleh pemerintah China sama dengan Malaysia, yaitu dengan melarang lagu-lagu Gaga

beredar di negeri tirai bambu ini (Ciricara, 2012).

Sementara itu, Lady Gaga sendiri memilih membatalkan konser daripada harus mematuhi peraturan sensor dan tekanan kelompok agama. Manajer Lady Gaga, Troy Carter, mengatakan bila dipaksa menggelar konser secara 'lebih sopan' Lady Gaga akan membatalkan jadwal konser. Menurut Carter kelompok-kelompok garis keras di Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia tidak akan bisa dipuaskan dan karena itu Lady Gaga tidak akan mengubah penampilan. Manajemen Lady Gaga berpendapat ada kesenjangan budaya dan generasi yang kemudian muncul aspek politik dan agama. Persoalan ini lebih rumit dari hanya sekedar baju-baju Lady Gaga (BBC, 2012).

Penolakan dari negara-negara ini memunculkan berbagai pertanyaan yang menarik untuk dikaji soal sosok Lady Gaga dengan segala kontroversinya. Hal yang menarik karena penyanyi Pop ini sering menggunakan baju-baju (*fashion*) untuk keperluan *show* yang dinilai kontroversi dan ditolak banyak kalangan religi. Benarkah *fashion-fashion* yang dikenakan Lady Gaga seperti yang disangkakan banyak kalangan sebagai media yang menggambarkan diri dan apa yang dianut olehnya? Karena itu berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *fashion* kontroversial Lady Gaga sebagai media komunikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang *fashion* kontroversial Lady Gaga sebagai media komunikasi.

#### **KERANGKA PEMIKIRAN**

Secara etimologis, *fashion* berasal dari kata dalam bahasa Latin yaitu '*factio*', yang artinya membuat atau

melakukan. Kata lain yang mengawali kata *fashion* adalah '*facere*' yang artinya juga membuat dan melakukan. Karena itu, arti asli kata *fashion* mengacu pada hal yang berkaitan dengan suatu kegiatan. Jadi, *fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang. Bukan hanya seperti pemaknaan yang dewasa ini lebih mengemuka, yakni memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan oleh seseorang (Barnard, 2011:11). Dalam *fashion* sebagai komunikasi, Barnard membahas *fashion* dan pakaian sebagai cara mengkomunikasikan identitas-identitas kelas, gender, seksualitas dan sosial dan dipahami sebagai fenomena modern dan posmodern.

Berbicara tentang *fashion* atau pakaian sesungguhnya berbicara tentang sesuatu yang sangat erat dengan diri kita. Tak heran, kalau dalam kata-kata Thomas Carlyle, pakaian menjadi "perlambang jiwa" (*emblems of the soul*). Pakaian bisa menunjukkan siapa pemakainya. Dalam kata-kata tersohor dari Umberto Eco, "*I speak through my cloth*" (aku berbicara lewat pakaianku). Pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan tentang busana kita. Bahkan jika kita bukan tipe orang yang terlalu peduli soal busana, orang yang bersua dan berinteraksi dengan kita tetap akan menafsirkan penampilan kita seolah-olah kita sengaja membuat suatu pesan. Pernyataan ini membawa kita pada fungsi komunikasi dari pakaian yang kita kenakan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam suasana formal maupun informal. Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian, dan penataan pelbagai artefak, misalnya, pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju, atau furnitur di rumah dan penataannya, ataupun dekorasi ruangan. Karena *fashion* atau pakaian menyampaikan pesan-pesan

nonverbal, ia termasuk komunikasi non verbal. (Barnard, 2011:vi-vii).

Davis mengatakan bahwa *fashion* sendiri dapat diartikan sebagai komunikasi non-verbal karena tidak menggunakan kata-kata lisan maupun tertulis. Tidak sulit untuk memahami *fashion* sebagai komunikasi non-verbal, meskipun garmen diungkapkan dalam kata-kata seperti merk maupun slogan, disana tetap saja ada level komunikasi non verbal yang memperkuat makna harfiah slogan atau merek tersebut. Sedangkan Eco mengatakan bahwa pertanyaan pasti muncul setelah sebuah pernyataan *fashion* dan pakaian diartikan sebagai bentuk komunikasi non verbal. Eco menyatakan “berbicara melalui pakaiannya”, yang dimaksud disini adalah menggunakan pakaian untuk melakukan apa yang dilakukan dengan kata-kata maupun lisan dalam konteks lain (Barnard, 2011).

Pengirim dalam *fashion* ini adalah hal yang sangatlah penting, karena pesan yang berada diatas segalanya, mesti disusun berdasarkan prinsip bias diperoleh kembali (*retrievable*) atau bisa ditemukan (*discoverable*). Pesan yang tak pernah diperoleh bukanlah pesan dan komunikasi tak bisa berlangsung dalam kondisi seperti itu. Efisiensi atau efektivitas proses transmisi juga penting; bila pesan tak sampai pada penerima atau sampai dalam bentuk yang berbeda atau terdistorsi, maka salah satu bagian dari proses komunikasinya, mungkin mediumnya dipandang mengandung kegagalan. Dan, efek pada penerima sangat penting dalam pandangan mazhab ini karena efek pada penerima itulah yang membentuk interaksi; interaksi sosial di sini dirumuskan sebagai proses yang dengannya seorang memengaruhi perilaku, pikiran atau respon emosional orang lain (Fiske, 1990: 2).

Fiske (1990) menegaskan bahwa komunikasi tidak dilihat hanya sebagai transmisi pesan, melainkan juga pada produksi dan pertukaran pesan, yaitu dengan memperhatikan bagaimana suatu pesan atau teks berinteraksi dengan masyarakat yang bertujuan memproduksi makna. Konsep ini menunjukkan bahwa pesan adalah susunan tanda-tanda yang menghasilkan makna. Karena itu, teks dan bagaimana membacanya menjadi bagian yang penting dalam proses pemaknaan. Di sini yang dimaksud dengan membaca adalah proses menemukan makna-makna ketika seseorang berhadapan dengan teks. Dengan demikian, pengertian pesan selanjutnya mengacu pada pengertian makna.

Secara intuitif untuk menyatakan bahwa seseorang mengirim pesan tentang dirinya sendiri melalui *fashion* dan pakaian yang dipakainya. Berdasar pengalaman sehari-hari pakaian dipilih sesuai dengan apa yang akan dilakukan pada hari itu, bagaimana suasana hati seseorang, siapa saja yang akan ditemuinya dan seterusnya, tampaknya hal ini menegaskan bahwa *fashion* dan pakaian dipergunakan untuk mengirimkan pesan tentang diri seseorang kepada orang lain. Dalam pemikirannya, Gramsci (1971) memaparkan bagaimana ideologi selalu berada dalam konfrontasi dengan ideologi lain, hingga ada satu diantaranya cenderung mampu bertahan dan mengokohkan dirinya dalam suatu masyarakat. Pemikiran Gramsci tentang hegemoni ini jelas terlihat dalam industri *fashion* dimana *fashion*, sebagai representasi dari ideologi dibelakangnya, selalu mengalami kontestasi untuk menjadi pilihan gaya hidup masyarakat. Walaupun tidak berarti mematikan ideologi lain namun dalam kontestasi ini dapat terlihat bahwa masyarakat pada kelas sosial

tertentu cenderung untuk memilih satu gaya berpakaian tertentu.

Roach & Eicher (1979:18) berpendapat bahwa *fashion* atau pakaian/busana/baju telah menjadi fenomena kultural ketika hal itu menunjukkan praktik-praktik penandaan. Melalui *fashion*, berproses dengan caranya sendiri dialami dan dikomunikasikan tatanan sosial. *Fashion* dan pakaian secara simbolis mengikat satu komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang akan dikenakan merupakan ikatan sosial itu sendiri, yang pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial lainnya. Fungsi mempersatukan dari *fashion* dan pakaian berlangsung untuk mengkomunikasikan keanggotaan satu kelompok kultural baik kepada orang-orang yang menjadi anggota kelompok tersebut maupun bukan. Perlindungan, kamuflase, kesopanan dan ketidaksopanan, semuanya mengkomunikasikan suatu posisi dalam dalam suatu tatanan sosial dan kultural, baik pada anggota tatanan itu maupun yang berada di luar tatanan itu.

*Fashion* juga melibatkan tanda dan kode. Tanda adalah material atau tindakan yang menunjuk pada 'sesuatu', sementara kode adalah sistem di mana tanda-tanda diorganisasikan dan menentukan bagaimana tanda dihubungkan dengan yang lain. Disain fasyen yang dikenakan, jenis bahan, merek, adalah tanda-tanda yang tersusun dalam kode-kode sesuai dengan konteks penggunaannya. Pemilihan disain pakaian yang dihubungkan dengan bahan dan merek dari pakaian tersebut secara sistemik disusun untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan posisi sosial dari penggunaannya. Sehingga komunikasi yang terjadi bukan semata-mata melalui bahasa verbal namun dilakukan melalui

pesan-pesan dalam tanda. Hal ini sesuai dengan pendapat Fiske bahwa komunikasi atau interaksi sosial dapat dilakukan melalui pesan.

Roach & Eicher (1979:7-8) mengatakan bahwa pakaian dan *fashion* digunakan untuk merefleksikan, meneguhkan, menyembunyikan, atau membangun suasana hati. Warna cerah dan kontras bisa saja merefleksikan hati yang gembira, setidaknya di bagian-bagian tertentu. Jadi, setidaknya untuk orang-orang yang memakai pakaian dengan garis dan warna yang kontras bisa mengekspresikan suasana hati yang gembira pada orang lain dan juga meneguhkan suasana hati yang sama pada pemakainya. Mengenakan pakaian yang dipersepsi sebagai keceriaan dan kegembiraan, mungkin digunakan dalam upaya untuk mengubah suasana hati orang, dari bersedih menjadi gembira. Individu-individu pun mungkin memperoleh kesenangan estetis baik dari "penciptaan pameran pribadi" maupun dari apresiasi dari orang lain, meski sifat-sifat estetis ini tak pelak akan memberikan makna non-estetis. Hal tersebut akan ditafsirkan atau digunakan untuk menunjukkan bahwa pakaian bukan hanya sekadar menunjukkan estetika. Roach dan Eicher menunjukkan bahwa daya hidup emosional manusia agak bergantung pada kemampuannya untuk menjaga keseimbangan antara menyesuaikan diri dengan masyarakat dan menjaga identitas dirinya.

Penelitian ini mengkaji *fashion* kontroversi Lady Gaga yang dianalisis dengan secara semiotik. Semiotik sendiri berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti "tanda". Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya pada simtomatologi dan diagnostik inferensial (Sobur, 2004:95). Tanda



pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Secara terminologis, semiotik adalah cabang ilmu yang berurusan dengan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi tanda (van Zoest, 1993:1). Semiotik merupakan ilmu yang mempelajari sederetan luas obyek-obyek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.

Ahli sastra Teeuw (1984:6) mendefinisikan semiotik adalah tanda sebagai tindak komunikasi dan kemudian disempurnakannya menjadi model sastra yang mempertanggungjawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala sastra sebagai alat komunikasi yang khas di dalam masyarakat mana pun. Penggunaan tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya dipelajari secara lebih sistematis pada abad kedua puluh. Dalam analisis semiotiknya Peirce membagi tanda berdasarkan sifat *ground* menjadi tiga kelompok yakni *qualisigns*, *sinisigns* dan *legisigns*. *Qualisigns* adalah tanda-tanda yang merupakan tanda berdasarkan suatu sifat. *Legisigns* adalah tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konvensi, sebuah kode. Peirce memfokuskan diri pada tiga aspek tanda yaitu *ikonik*, *indeksikal* dan *simbol*. Ikonik adalah sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk obyeknya (terlihat pada gambar atau lukisan). Indeks adalah sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya, sedangkan simbol adalah penanda yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensional telah lazim digunakan dalam masyarakat.

Model tanda yang dikemukakan Peirce adalah trikotomis atau triadik, dan tidak memiliki ciri-ciri struktural sama sekali (Hoed, 2002:21). Prinsip dasarnya adalah bahwa tanda bersifat representatif yaitu tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain (*something that represent something else*). Proses pemaknaan tanda pada Peirce mengikuti hubungan antara tiga titik yaitu *representamen* (R)-*Object* (O)-*Interpretant* (I). R adalah bagian tanda yang dapat dipersepsi secara fisik atau mental, yang merujuk pada sesuatu yang diwakili olehnya (O). Kemudian I adalah bagian dari proses yang menafsirkan hubungan antara R dan O. Oleh karena itu bagi Peirce, tanda tidak hanya representatif, tetapi juga interpretatif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis semiotik dengan pendekatan kualitatif. Analisis semiotik adalah analisis yang meneliti tentang tanda yang dalam penelitian ini adalah tanda dan simbol-simbol yang terdapat pada *fashion* kontroversi penyanyi pop Lady Gaga. Penerapan analisis semiotik membuka peluang untuk menyingkapkan lebih banyak arti yang mendasari teks, yang diambil secara keseluruhan, ketimbang yang akan mungkin dilakukan dengan hanya mengikuti kaidah tata bahasa atau berpedoman pada arti kamus dari kata-kata yang terpisah. Cara ini mengandung manfaat khusus yang dapat diterapkan pada 'teks' yang mencakup lebih dari satu sistem tanda dan tanda (misalnya kesan visual dan bunyi) untuk mana tidak ada tata bahasa yang ditetapkan dan kamus juga tidak tersedia (McQuail, 1996). Dalam penelitian ini teks yang diteliti mencakup foto, gambar dan video *fashion* Lady Gaga.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mendokumentasikan data-data yang diperoleh dari berbagai sumber baik dari buku teks dalam bentuk teori dan konsep-konsep, dokumentasi *fashion-fashion* dari sejumlah penampilan dan konser/show Lady Gaga dari berbagai media, serta artikel-artikel pendukung yang berhubungan dengan pengayaan penelitian ini. Observasi juga dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung melalui media internet (Youtube) yang mendokumentasikan berbagai video *show* atau penampilan Lady Gaga I berbagai tempat dan waktu juga beberapa video klip albumnya.

Unit analisis penelitian ini adalah foto, gambar dan video *fashion* Lady Gaga diberbagai acara. Adapun unit analisis yang akan dikaji, ditentukan secara acak dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu dimana *fashion* tersebut terbilang kontroversi oleh berbagai pihak karena mengandung simbol-simbol terselubung dari apa yang dianut oleh Lady Gaga. Sedangkan teknik analisis data adalah setelah data primer dan sekunder terkumpul, data kemudian dikoding dan diklasifikasi sesuai dengan kategori yang diteliti. Setelah itu kemudian dilakukan analisis data secara deskriptif dengan menggunakan teknik analisis semiotik Peirce. Peirce mengembangkan semiotik untuk mengetahui makna simbol-simbol pada objek (*fashion* kontroversi Lady Gaga). Adapun kategori yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah Tanda, Objek dan Penafsiran oleh Peirce (Fiske, 2011:45) yang digambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Kategori Semiotik *Fashion* Kontroversi Lady Gaga

Kategori Semiotik <i>Fashion</i> Kontroversi Lady Gaga	Unit Analisis
1. Tanda	Gambar, rupa, bentuk, warna pada <i>fashion</i> kontroversi Lady Gaga
2. Objek	Makna dari tanda-tanda yang ada pada <i>fashion</i> kontroversi Lady Gaga Sikap dan pola pemikiran masyarakat serta para ahli tentang <i>fashion</i> kontroversi Lady Gaga
3. Penafsir	

Pesan-pesan atau tanda-tanda dalam *fashion* kontroversi Lady Gaga ini berupa gambar, rupa, bentuk maupun warna yang merupakan fenomena dari penyanyi Pop ini sebagai sesuatu yang penting untuk diteliti. Tanda-Tanda ini mengandung objek yang didalamnya ada konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda yaitu fenomena yang dianut Lady Gaga, sehingga menimbulkan interpretasi atau konsep sikap dan pemikiran dari orang yang menafsirkan tanda tentang suatu makna tertentu tentang objek yang dirujuk oleh tanda.

## HASIL PENELITIAN

### Tanda, Objek dan Penafsir pada Berbagai *Fashion* Kontroversi Lady Gaga

Siapa sebenarnya Lady Gaga, sang artis yang sangat terkenal di seluruh penjuru dunia ini sehingga beberapa kelompok di Indonesia menolak kehadirannya? Tidak lain

adalah karena artis yang bernama lengkap Stefani Joanne Angelina Germanotta selalu tampil dengan berbagai kontroversi termasuk di negara asalnya pun, ia kerap jadi bahan perdebatan. Setidaknya, ada beberapa kontroversi mengenai Gaga (Tempo.co, 2012) antara lain cover album lagu ciptaannya berjudul *Born This Way* dianggap sudah mencapai level keanehan yang ekstrim. Pada sampul album ini, Gaga terlihat seperti manusia siluman. Bagian kepalanya ada di bagian atas stang sepeda motor dengan ekspresi wajah menggeram dan rambut awut-awutan, bahunya menjelma jadi setang sepeda motor dengan kedua tangan menjadi besi yang tersambung pada roda motor bagian depan. Badannya tak lagi terlihat seperti manusia, tetapi menjadi sadel sepeda motor.

Kontroversi berikutnya, pada tahun 2010, Gaga diwawancara kritikus rock *The Telegraph* Neil McCormick. Perempuan kelahiran 28 Maret 1986 ini bercerita, sebelum dia terkenal seperti sekarang, sumber pendapatannya adalah dengan menjadi penari *Burlesque*. Sebagai penari, Gaga berdiri di atas panggung dengan hanya mengenakan *thong* (celana dalam minim yang tidak menutupi bagian bokong) yang talinya menggantung dibokongnya. Sedangkan lampu sorot yang menyinari rambut, menari *go-go* untuk Black Sabbath yang menyanyikan lagu-lagu tentang seks oral. Dan lagu-lagu semacam ini pun selalu tampak dalam lagu-lagu Gaga yang sekarang.



Gambar 1. Simbol kontroversi (mulai dari *All-Seeing Eye*, hingga *Baphomet*) yang selalu mengiringi pertunjukan Lady Gaga (berbagai sumber)

Kontroversi berikutnya, pada tahun 2010, Gaga diwawancara kritikus rock *The Telegraph* Neil McCormick. Perempuan kelahiran 28 Maret 1986 ini bercerita, sebelum dia terkenal seperti sekarang, sumber pendapatannya adalah dengan menjadi penari *Burlesque*. Sebagai penari, Gaga berdiri di atas panggung dengan hanya mengenakan *thong* (celana dalam minim yang tidak menutupi bagian bokong) yang talinya menggantung di bokongnya. Sedangkan lampu sorot yang menyinari rambut, menari *go-go* untuk Black Sabbath yang menyanyikan lagu-lagu tentang seks oral. Dan lagu-lagu semacam ini pun selalu tampak dalam lagu-lagu Gaga yang sekarang.

Gaga juga mendapat kecaman terbuka karena video-video klipnya. Dalam video-videonya, ia kerap tampil separuh hingga sepenuhnya telanjang. Gaga menyajikan seks masokis seperti dalam lagunya berjudul *Telephone* serta mencampurkan adegan seks dan religi dalam *Alejandro*. Tidak puas dengan kehebohan lagu dan video klip *Alejandro* yang dianggap menghujat religi, Gaga meluncurkan lagu *Judas Song*. Lewat liriknya, Gaga menyatakan



cintanya kepada Yudas, rasul yang mengkhianati Yesus atau Isa Almasih. Lagu ini bocor kepada publik beberapa hari menjelang Paskah. Banyak pihak menganggap ini disengaja dan bagian dari promosi.



Gambar 2. *Fashion* Lady Gaga dari kostum daging mentah, kembang api hingga *Red Riding Hood* (berbagai sumber)

Logo Lady Gaga juga banyak diperdebatkan karena mengungkapkan badan seorang wanita tanpa kepala dengan sambaran petir sepanjang tubuhnya dan keluar dari genital. Logo ini diartikan bahwa fokus kepada kurangnya kesadaran pikiran dari si penyanyi. Bagian badan terlihat seperti *mannequins* tanpa kepala aneh yang biasa dijumpai di toko pakaian. Sambaran petir mengimplikasikan tubuh tanpa pikirannya telah di “*charged*” oleh suatu kekuatan yang memberikan hidup (Tribunnews, 2012).



Gambar 3. Lady Gaga dalam Berbagai *Fashion* (berbagai sumber)

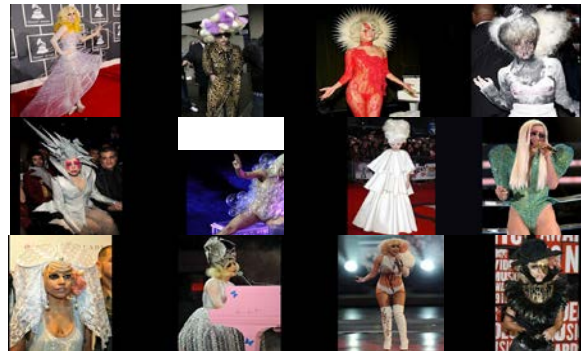
Gaga juga dikenal dengan beberapa simbol yang menjadi kontroversi yaitu patung kepala semacam kambing jantan bertanduk. Simbol ini muncul dalam beberapa klip video dan kostum Lady Gaga. Salah satunya dalam klip *Bad Romance*. Kambing jantan ini disebut-sebut sebagai *Baphomet*, yang merupakan lambang gereja setan. Simbol berikutnya adalah si mata satu alias *one eye*. Lambang ini kerap muncul dalam konser dan klip videonya. Berwujud piramida, dimana terdapat satu mata pada bagian atas yang terpisah dari bawahnya. Lambang ini disebut-sebut sebagai lambang *Illuminati* yang bernama *All-Seeing Eye* yang artinya bisa melihat segalanya. Simbol *Illuminati* Mata Horus yang mengungkapkan sifat sejati kekuatan Horus, putra Osiris dan Isis, dewa-dewi Mesir Kuno. Lady Gaga gemar sekali pada *All-Seeing Eye*, dan juga

simbolisme rahasia. Ia pernah berpose dengan tangan mengacu pada Tangan Fatima (*Hand of Fatima*), gerak yang identik dengan *Baphomet*. Dalam berbagai fotonya, Gaga juga kerap berpose sambil menutupi satu matanya. Simbol lainnya yang sering digunakan Lady Gaga adalah salib terbalik dalam video klip *Alejandro*. Ini adalah lambang anti-Kristus, setan, dan okultisme (Tempo.co, 2012).

Kajian tentang video klip *Alejandro* ini pernah diteliti oleh Amellia (2013) dengan judul “Simbolisasi *Illuminati* pada Video Klip Lady Gaga (Analisis Semiotika Video Klip Lady Gaga versi *Alejandro*)”. Kajian ini menyimpulkan bahwa tampilan visual dari video klip Lady Gaga versi *Alejandro* ini mempresentasikan simbolisasi *Illuminati* yang terlihat dalam lima tampilan. Tampilan-tampilan tersebut memperlihatkan adegan dimana para pemeran dalam video klip tersebut membentuk *gesture-gesture* yang menyimbolkan *Illuminati*, seperti simbol segitiga piramid dan mata horus. Selain itu juga ditemukan beberapa benda atau properti yang terdapat dalam adegan tersebut, seperti benda berbentuk lingkaran, segitiga, heksagram, tanduk, lensa teleskop, senjata dan pakain yang menjurus pada kepercayaan okultisme, paganisme, dan sejenisnya yang mencerminkan *Illuminati*. Artinya bahwa Penyanyi Pop Amerika ini sudah sangat fasih dengan simbol-simbol tersebut dalam setiap penampilannya dalam show.

Berikutnya ada kontroversi tentang perusahaan es krim *Covent Garden ice cream parlour The Icecreamists* yang pernah meluncurkan rasa baru pada produk es krimnya yang dinamai *Baby Gaga*. Kandungan es krim ini berisi kacang polong dengan vanila, lemon, dan air susu ibu.

Ternyata, Gaga tak menyukainya dan mengancam mengambil tindakan hukum. Perempuan ini juga pernah mengaku menyukai sesama jenis, sekaligus menyukai lawan jenis (biseks). Pandangannya mengenai biseksual juga terlihat dalam lagu hitnya berjudul *Poker Face*.



Gambar 4. Lady Gaga dalam Berbagai Fashion (berbagai sumber)

Berikutnya ada kontroversi tentang perusahaan es krim *Covent Garden ice cream parlour The Icecreamists* yang pernah meluncurkan rasa baru pada produk es krimnya yang dinamai *Baby Gaga*. Kandungan es krim ini berisi kacang polong dengan vanila, lemon, dan air susu ibu. Ternyata, Gaga tak menyukainya dan mengancam mengambil tindakan hukum. Perempuan ini juga pernah mengaku menyukai sesama jenis, sekaligus menyukai lawan jenis (biseks). Pandangannya mengenai biseksual juga terlihat dalam lagu hitnya berjudul *Poker Face*.

Gaga menjadi perdebatan dalam hal budaya populer karena penampilan, musik pop, dan gaya busananya. Professor Mathieu Deflem dari *University of South Carolina* pun menjadikannya sebagai penelitian dan membuat kajian akademis berjudul *Lady Gaga and the Sociology of Fame*. Gaga juga terbiasa mengenakan baju aneh. Ternyata karier Gaga telah diwarnai serangkaian pakaian yang

nyeleneh. Misalnya baju *Red Riding Hood* alias seperti dalam cerita dongeng Si Tudung Merah, baju seperti surai singa dan sangkar burung, serta pakaian ala mandi busa. Dan yang paling kontroversi saat dia menggunakan busana dari daging hewan yang sudah mati rancangan desainer Argentina, Franc Fernandez ketika menghadiri *MTV Video Music Awards 2010*. Banyak orang yang mempertanyakan hal ini apakah ini seni yang berarti ungkapan pernyataan melawan penindasan? Atau justru sebaliknya, terlihat menjijikkan? Inilah yang menjadi perdebatan.

Lady Gaga juga pernah tampil dengan sepatu yang tingginya 15 cm tanpa hak. Sepatu karya perancang Jepang, Noritaka Tatehana ini hanya bertumpu pada paruh kaki bagian depan saja. Pemilik label sepatu Prugna Indonesia, Dewi Arrum berpendapat bahwa model yang tampak ‘seram’ yang dipakai Lady Gaga ini cukup aman dan nyaman untuk dipakai sehingga label sepatu milik Dewi juga terinspirasi untuk membuat model sepatu seperti itu namun sedikit modifikasi. Menurut Dewi semakin aneh modelnya, maka orang akan semakin senang membelinya (Kompas, 2012).



Gambar 5. Koleksi sepatu-sepatu ‘aneh’ Lady Gaga (berbagai sumber)

## PEMBAHASAN

Lady Gaga dikenal karena pakaiannya yang provokatif dan ekstravagan serta pengaruhnya yang besar terhadap selebritis lainnya. Gaga memiliki kegemarannya di bidang *fashion* yang dianggap paling nyentrik. Beberapa kostum Lady Gaga yang sangat menghebohkan dunia *fashion* antara lain baju yang terbuat dari daging mentah. Kabarnya, baju daging itu juga dikenakan pada tur *Born This Way Ball*. Baju tersebut terbuat dari 100% daging asli yang telah melalui proses pengawetan panjang. Tak hanya bebas belatung, baju itu juga berbau wangi.

Topi Paku Lady Gaga punya tempat sendiri untuk mempopulerkan koleksi *fashion* aneh dan eksentriknya. Seperti dua buah penutup kepala yang digunakannya. Salah satunya seperti batok penuh dengan paku, sedangkan topi lainnya membuatnya bagai ditutupi helai bulu dari lempeng logam berhiaskan manik-manik. Kostum-kostum Lady Gaga untuk tur Asia (termasuk di Indonesia tetapi gagal) berkolaborasi dengan perancang busana ternama, Giorgio Armani. Armani mengatakan berkolaborasi dengan Lady Gaga selalu menjadi pengalaman yang sangat menarik. Kolaborasi Armani dan Lady Gaga ini bukan kerja sama untuk yang pertama kalinya. Armani pernah membuatkan baju untuk Gaga saat tampil di *Grammy Awards 2010* (Detik.com, 2012).

Setiap penampilannya, Lady Gaga tidak lepas dari hal-hal kontroversi. Mulai dari gaun, rambut, lirik lagu, performa konser, adegan video musik hingga simbol-simbol dalam pertunjukan dan videonya. Penyanyi bernama asli Stefani Joanne Angelina Germanotta ini disebut-sebut kerap menggunakan simbol dan gaya busana *Illuminati* untuk publisitas. Beberapa simbol yang menjadi kontroversi



tersebut antara lain Patung kepala semacam kambing jantan bertanduk jantan. Simbol ini muncul dalam beberapa klip video dan kostum Lady Gaga. Salah satunya dalam klip *Bad Romance*. Kambing jantan ini disebut-sebut Baphomet, yang notabene lambang gereja setan. Simbol berikutnya adalah si mata satu alias *one eye*.

Lambang ini kerap muncul dalam konser dan klip videonya. Berwujud piramida, terdapat satu mata pada bagian atas yang terpisah dari bawahnya. Disebut-sebut sebagai lambang Illuminati. Lambang ini bernama *All-Seeing Eye* yang artinya bisa melihat segalanya. Simbol Illuminati Mata Horus yang mengungkapkan sifat sejati kekuatan Horus, putra Osiris dan Isis, dewa-dewi Mesir Kuno. Lady Gaga gemar sekali pada *All-Seeing Eye*, dan juga simbolisme rahasia. Ia pernah berpose dengan tangan mengacu pada Tangan Fatima (*Hand of Fatima*), gerak yang identik dengan Baphomet. Dalam berbagai fotonya, Gaga juga kerap berpose sambil menutupi satu matanya. Ada pula simbol salib terbalik dalam video klip Alejandro. Ini adalah lambang anti-Kristus, setan, dan okultisme.

Muncul dalam klip Alejandro. Dan nama Gaga sendiri yang *thesaurus*, berarti pikiran yang kosong. Sinonimnya adalah berkepala kosong, dungu, bertingkah sembarangan, sembrono, irasionalitas, gila, sakit jiwa. Penggunaan simbol-simbol ini oleh Lady Gaga dalam penampilannya masih menjadi perdebatan, apakah hal itu hanya sebagai mode dan *style* saja atau memang benar dia memang penganut dibalik simbol-simbol tersebut.

Tidak hanya sekedar pelindung, *fashion* sebenarnya juga dapat menceritakan banyak hal tentang siapa

diri yang sebenarnya bagi para menggunakannya. Bicara tentang *fashion* berarti bicara tentang sesuatu yang sangat erat dengan kehidupan. Kata '*fashion*' sendiri berasal bahasa Inggris yang artinya busana atau pakaian. Sedangkan jika dilihat dari bahasa Latin yang adalah '*factio*' artinya adalah membuat atau melakukan. Arti kata *fashion* sendiri mengacu pada kegiatan yaitu sesuatu yang dilakukan seseorang (Barnard, 2011:11). Tanpa disadari, *fashion* adalah alat komunikasi non-verbal yang dapat dilihat dari cara berpakaian. *Fashion* yang kenakan mencerminkan tentang siapa diri penggunanya. Dalam bukunya *Fashion* sebagai Komunikasi, Malcolm Barnard membahas bahwa *fashion* atau pakaian sebagai cara mengkomunikasikan identitas-identitas kelas, gender, seksualitas dan sosial.

*Fashion* juga merupakan cerminan dari ideologi sebuah kelompok. Secara nyata, *fashion* dapat menjadi identitas dari suatu kelompok sosial tertentu. Misalnya kelompok Punk dengan gaya berpakaian mereka yang nyentrik atau cara berpakaian orang-orang Barat yang kadang lebih memilih pakaian yang cenderung lebih terbuka sedangkan orang Timur dikenal dengan nilai kesopanan yang dalam berbusana cenderung lebih tertutup. Apa yang kemudian ditampilkan oleh Lady Gaga dalam *fashion-fashion*nya bisa jadi itulah cerminan ideologi sang penyanyi. Karena apa yang dikatakan oleh Carlyle, seperti dikutip Barnard (2011:vi), ketika seseorang memilih pakaian sebaiknya harus disesuaikan dengan kepribadian karena pakaian merupakan perlambangan jiwa yang menggunakan.

*Fashion* Lady Gaga seperti yang diungkapkan perancang Giorgio Armani bahwa cara Gaga menggunakan *fashion* sebagai sumber inspirasi dan

bentuk kepribadian Gaga yang menarik. Dan sekalipun ia mendapatkan kritikan pedas dari para kritikus dan menyulut kemarahan organisasi PETA saat menggunakan gaun dari daging mentah, Gaga tetap membela dirinya. Menurutnya, itu merupakan haknya untuk memakai apapun yang ia inginkan. Gaga juga mengatakan bahwa ia merupakan manusia yang paling bebas di bumi ini. Dan berpendapat jika ia tidak membela apa yang ia percaya, dan tidak membela hak-haknya, maka ia akan segera memiliki banyak hal sebagai daging di tulang-tulangannya (Okezone, 2010).

Ini menunjukkan bahwa Lady Gaga memiliki jiwa bebas dan tidak ingin terikat dengan aturan apapun kecuali dirinya sendiri. Ideologi kebebasan inilah yang kemudian dikomunikasikan melalui kostum-kostum yang dipakainya yang kebanyakan ide-idenya berasal dari dirinya sendiri yang kemudian diterjemahkan oleh sang desainer. Ia seolah tak pernah kehabisan ide untuk menciptakan *fashion-fashion* baru. Gaga telah menjadikan *fashion* sebagai elemen penting dalam karier musiknya. Penyanyi yang mengidolakan perancang busana Donatella Versace itu memiliki produksi sendiri tim kreatif yang disebut *House of Gaga* yang memproduksi sendiri kostum-kostumnya. Timnya ini menciptakan banyak pakaian, perlengkapan panggung, dan tata rambut.

Penelitian tentang kebebasan berekspresi Lady Gaga pernah dilakukan oleh Nugraha (2012) dengan judul: "Simbol-Simbol Visual dalam Proses Penandaan Penampilan Lady Gaga". Penelitian ini menunjukkan bahwa kebebasan berkarya dan berekspresi dijadikan sebagai ajang untuk mengeluarkan seluruh pemikiran. Termasuk pesan-pesan yang memiliki

makna dan tujuan tertentu dapat disalurkan melalui satu media hiburan seperti musik dan penampilan panggung oleh Lady Gaga. Hasilnya, simbol-simbol tersebut mempunyai pencitraan sebagai unsur kekuatan magis dan seolah ingin memengaruhi masyarakat melalui bentuk visual serta verbalnya. simbol salib terbalik misalnya yang sering digunakan Lady Gaga sering dihubungkan dengan satanisme (pemujaan kepada setan) dan sikap-sikap anti-agama karena simbol ini dilihat sebagai tanda lawan Kristiani dengan cara memutarbalikkan simbol utamanya, salib Latin. Simbol sang mata satu juga merupakan sebuah simbol yang mengeksistensi adanya ilmu sihir dan iblis. Sedangkan simbol tanduk kepala kambing menyimbolkan tanduk kambing baphomet yaitu satu dari pujaan kaum Kaballis yang mewakili setan. Dari sini menunjukkan bahwa sebagai pribadi yang bebas, apapun itu digunakan oleh Lady Gaga untuk menunjukkan eksistensinya sebagai penyanyi melalui berbagai *fashion* dan asesoris yang dipakainya, sekalipun berbagai pihak menafsirnya sebagai pribadi pengikut setan atau anti Kristus.

Cinta Lady Gaga kepada *fashion* datang dari ibunya. Dan saat ia sedang menulis lagu dan menciptakan musiknya, Gaga juga sedang berpikir tentang pakaian yang ingin dipakainya di atas panggung. Menurutnya ini semua tentang segala sesuatu yang sama, seni pertunjukan, seni pop, dan *fashion* (Detikhot, 2012). Sebagai media yang komunikatif (dimensi informasi tentang individu yang diakibatkan oleh pakaian), pakaian memiliki beberapa fungsi seperti yang disebutkan oleh Kefgen dan Specht (Sihabudin, 2011), yaitu melambangkan dan mengkomunikasikan informasi tentang emosi komunikator. Hal ini bisa



dilihat dengan adanya istilah-istilah *Glad Rags* (pakaian ceria), *Widow's Weed* (pakaian berkabung), dan *Sunday Clothes* (pakaian hari minggu atau baju santai). Pakaian juga berpengaruh terhadap tingkah laku pemakainya sebagaimana juga tingkah laku orang yang menanggapinya. Dan pakaian berfungsi untuk membedakan seseorang dengan orang lain atau kelompok satu dengan kelompok lainnya.

Fungsi komunikatif *fashion* sejalan dengan defenisi tentang *fashion* sebagai fenomena kultural. Bahwa budaya pada diri sendiri dibentuk atau didefenisikan dalam artian komunikasi. Jadi budaya dibentuk sebagai suatu bentuk komunikasi melalui *fashion* dan budaya sebagai fenomena kultural (Malcolm, 1996: 100). Dan Lady Gaga tampaknya mampu merangkum semuanya ini dalam *fashion-fashionnya* diberbagai penampilan. Ia mampu mengkomunikasikan emosinya ini tampak dari berbagai perubahan-perubahan konstumnya yang ekstrim, bisa tampak ceria, berkabung, santai, nyeleneh dan lain-lain. Lady Gaga juga mampu mempengaruhi orang-orang yang melihatnya melalui *fashionnya* berdecak kagum atau bahkan menyebutnya orang gila. Dan tidak kalah pentingnya bahwa ia mampu menciptakan perbedaan yang sangat besar dengan penyanyi-penyanyi lainnya karena *fashion-fashionnya* yang tidak sama dengan yang lain. Atau dengan kata lain, Lady Gaga sangat berani tampil beda.

*Fashion* adalah konstituen penting identitas seseorang dalam modernitas, yang membantu menentukan bagaimana dia dikenali dan diterima. *Fashion* menawarkan pilihan pakaian, gaya, dan citra yang dengannya seseorang dapat menciptakan identitas individual. Di satu sisi, *fashion* adalah fitur konstituen modernitas, yang ditafsirkan sebagai era

sejarah yang ditandai oleh inovasi terus menerus, penghancuran yang tanda penciptaan yang baru. *Fashion* sendiri dianggap sebagai sumber penciptaan citarasa, gaya, pakaian, dan perilaku baru. Dan nyatanya Lady Gaga mampu melakukan hal itu dalam kehidupan *show-nya* sebagai penyanyi top dunia.

*Fashion* juga disebut jujur dan apa adanya serta akan bercerita tentang keadaan diri pengguna melalui pesan-pesan non-verbal yang dibuat sendiri melalui cara berpakaian. *Fashion*-lah yang akan berusaha mengatakan siapa diri penggunanya kepada orang yang belum dikenal tetapi hanya sekedar melihat. *Fashion* juga yang akan membuat orang tertarik atau tidak untuk mengenal kita. Kostum-kostum yang dikenakan Lady Gaga juga menceritakan tentang keadaan dirinya yang sesungguhnya yang kadang cantik, manis, nyentrik, menakutkan bahkan hingga terkesan gila. Dari apa yang dikenakan terkesan ekstrim tersebut membuat dia begitu cepat dikenal orang. Karena itulah Rob Fusari yang juga adalah mantan produser sekaligus mantan pacarnya memberikannya sebuah nama yaitu 'Lady Gaga' yang dalam *Thesaurus*, Gaga berarti pikiran yang kosong yang memiliki sinonim berkepala kosong, dungu, bertingkah sembarangan, sembrono, irasionalitas, gila atau sakit jiwa.

"*My Name is Lady Gaga*. Aku adalah harapanmu, impianmu, ketakutanmu, rasa ketidakamananmu. Aku adalah segala yang kalian sukai. Aku adalah segala yang kalian benci." Itulah kata-kata yang diucapkan sang penyanyi dalam konser di Singapura Mei 2012 (Kompas, 2012). Pribadi Lady Gaga secara keseluruhan (entah itu cuma dibuat-buat atau tidak) merupakan sebuah bentuk penghormatan kepada *mind control*/pengendalian pikiran, dimana

menjadi seseorang yang berotak kosong/bodoh/tidak cerdas/tidak berotak tajam, kacau dan pelupa/tukang ngelamun menjadi hal yang modis (*fashionable*). Dalam bukunya berjudul "*Lady Gaga: Critical Mass*", Goodman (2012) mengungkapkan bahwa tidak ada superstar lainnya yang memiliki paket lengkap seperti Lady Gaga. Dalam waktu kurang dari satu tahun, dia berubah dirinya dari ikon penyanyi pop, berkat bakatnya, dan juga *fashion*-nya. Lady Gaga telah mencapai tingkat baru dan menjadi tenar dengan desainer-desainer top dunia yang mencintainya.

Hal ini berhubungan erat dengan apa yang disampaikan oleh Claik (1993:1) bahwa pakaian sering juga dianggap sebagai sebuah topeng untuk memanipulasi tubuh, sebagai cara untuk membangun dan menciptakan citra diri. Pakaian membangun habitus pribadi, sebagai sebuah perangkat penting untuk berkomunikasi dengan lingkungannya; pakaian dibentuk dan disesuaikan dengan kondisi tertentu. Peran penting seseorang pencipta atau desainer pakaian, mempengaruhi identitas pakaian, sekaligus citra tubuh penggunaannya. Dalam hal ini, para desainer *fashion* Lady Gaga sangat mampu mengimplementasikan keinginan-keinginan dari penyanyi Pop ini dalam bentuk pakaian-pakaian untuk menunjang penampilannya. Bisa jadi inilah citra diri sesungguhnya dari Lady Gaga.

Apa yang ada dalam diri sang penyanyi serta pemikiran-pemikirannya yang kemudian dimanifestasikan dalam kostum-kostum yang terkesan 'sembarangan' dan mirip orang yang sedang 'sakit jiwa'. Seperti saat ia dengan berani mengenakan kostum dari daging mentah tersebut. Terkesan sangat gila. Bahkan penyanyi pop Cher sangat terkejut ketika memeluk Lady

Gaga di atas panggung karena dia percaya gaun tersebut tidak nyata. Cher mengira apa yang dikenakan Lady Gaga hanyalah bahan yang terbuat plastik yang menyerupai daging hewan, tetapi ternyata itu merupakan daging sungguhan (Okezone, 2010).

Lady Gaga mengatakan bahwa pada intinya, seseorang harus menjadi dirinya sendiri. "Setiap hari saya bertanya, *who is the real Lady Gaga?* Saya adalah Lady Gaga dan rasanya mengerikan. Bayangkan jika setiap hari orang bertanya siapa sebenarnya Lady Gaga. Ya, setiap hari begitu susah menjadi diri sendiri" (Kompas, 2012). Satu sisi, sang penyanyi ini ingin menjadi dirinya sendiri dengan mengeksplor diri dengan segala bentuk kebebasan berekspresi melalui *fashion-fashion*nya yang bebas, namun satu sisi lagi, Gaga juga bingung dan merasa sulit menjadi dirinya sendiri, terlihat dari dandanan yang setiap saat berubah-ubah, bahkan hampir disetiap tampilannya dia bisa tampak sangat berbeda dengan sosok aslinya. Itulah Lady Gaga. Seperti yang dikutip oleh Idi Subandi Ibrahim, 2007 dalam pengantar Malcolm Barnard, *Fashion dan Komunikasi*, bahwa Thomas Carlyle mengatakan, pakaian adalah perlambang jiwa. Pakaian tak bisa dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia. *Fashion* bisa dimetaforakan sebagai kulit sosial yang didalamnya membawa pesan dan gaya hidup suatu komunitas tertentu yang adalah suatu bagian dari kehidupan sosial. Di samping itu *fashion* juga mengekspresikan suatu identitas tertentu.

*Fashion* yang dipilih oleh Lady Gaga bisa jadi menunjukkan bagaimana dia memilih gaya hidup yang dilakukan. Lady Gaga yang dinilai dunia sebagai *trendsetter mode* secara tidak langsung telah mengkonstruksi dirinya sebagai

seseorang dengan gaya hidup yang menurutnya modern dan selalu mengikuti trend yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia modern gaya hidup membantu untuk menentukan sikap dan nilai-nilai serta menunjukkan kekayaan dan posisi sosial.

*Fashion* juga adalah media untuk menunjukkan ideologi, interest dan kecenderungan/keberpihakan. *Fashion* sebagai media komunikasi non-verbal karena di dalamnya terdapat praktik-praktik penandaan. Fungsi *fashion*, pakaian, dandanan, busana dan gaya, bukan hanya sebagai perlindungan dan untuk memenuhi kebutuhan kesopanan, tetapi juga sebagai media ekspresi diri, mendefinisikan peran dan status sosial, simbol politis, dan sebagai media rekreasional. *Fashion* merupakan simbol dari keseluruhan, untuk mengartikannya bisa dilihat dari berbagai sisi, dan akan mengeluarkan berbagai interpretasi. Berbicara tentang *fashion* tidak hanya membahas model, ukuran dan warna saja, tetapi juga akan berbicara tentang simbol simbol sosial bahkan akan mengarah ke strata sosial.

Lady Gaga berbicara tentang rambut dan makna kebebasan hidup seperti yang seperti yang ia tulis dalam lagunya berjudul *Hair* dalam konsernya di Singapura pada 2012. Rambut menurut Gaga adalah *free entertainer of body*. Karena kita bisa memotong, mewarnainya, membuatnya jadi putih dan rambut akan terus tumbuh. “*My point is* dalam hidup ini kita bisa bebas seperti rambut yang akan selalu tumbuh kembali.” Sekali lagi Lady Gaga sangat mengusung kebebasan dan simbol-simbol kebebasan itu juga teruang pada *fashion-fashionnya* termasuk kebebasan berekspresi dengan apa yang dikenakannya. Hal ini diperkuat juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tampubolon (2014) yang berjudul

“*The Girl Power In The Way of Lady Gaga’s dressing on Her Performances Lady Gaga*”.

Hasil penelitian ini adalah beberapa aspek dari *Girl Power* yang dimanifestasikan dari pertunjukan Lady Gaga dari bagian rock dan seksualitas; aksinya untuk melanggar aturan dalam gaya berpakaian di panggung dan khalayak umum, dia memakai baju seperti laki-laki dalam penampilannya, versi Lady Gaga dalam *girl culture* yang diikuti secara setia oleh para fansnya. Itulah Lagi Gaga. Maka tidak heran jika para kelompok religius sangat enggan jika penyanyi pop ini mengadakan konser di negara-negara mereka. Atau lagu-lagunnya yang dilarang masuk ke negara-negara ini. Alasannya sangat jelas bahwa mereka tidak ingin generasi muda yang notabene masih polos mengikuti gaya berbusana Lady Gaga yang mereka sendiri tidak mengerti apa makna dari simbol-simbol yang terkandung pada busana-busana tersebut. Bahkan hingga menyelami setiap kalimat-kalimat dari lagu-lagu penyanyi itu yang sangat kontroversi dan dinilai melanggar aturan-aturan agama.

Apalagi dalam sebuah kajian yang dilakukan Click dkk (2013) menyebutkan bahwa Lady Gaga juga mampu membangun hubungan yang baik antara dirinya dengan para fans. Bahkan para fansnya diberi nama ‘*Little Monsters*’ sedang dia sendiri menyebut dirinya ‘*Mother Monsters*’. Sejak kedatangannya dikancah musik populer di tahun 2008, Lady Gaga memiliki kekuatan jelas pada budaya populer di dalam musik, *fashion*, kinerja, dan aktivis sosial. Kehadirannya memecahkan rekor di media sosial memiliki dimana membantu menumbuhkan ikatan timbal balik yang inovatif dengan Monster Kecil yang memiliki dampak sifat hubungan fan-

selebriti. Sebagai "Ibu," Gaga mendorong dan memberdayakan para penggemarnya, memungkinkan mereka untuk menggunakan dia untuk merenungkan diri identitas mereka sendiri, untuk membangun kepercayaan diri, dan merangkul perbedaan mereka dari budaya *mainstream*.

Saat sebagian orang berpendapat apa yang dikenakan Lady Gaga baik itu pakaian, sepatu maupun semua asesoris terlihat aneh dan tidak biasa, tetapi bagi Lady Gaga hal itu merupakan bentuk kebebasan berekspresi diri dalam panggung. Seperti yang disampaikan oleh Stone bahwa pakaian menyampaikan pesan. Menurut Stone pakaian bisa dilihat sebelum kata-kata terdengar. Pesan yang dibawa oleh pakaian bergantung pada sejumlah variabel, seperti latar belakang budaya, pengalaman dan sebagainya. Dan Lady Gaga masuk dalam salah satu kategori yang disebutkan oleh Reed (Sihabudin, 2011) sebagai wanita *fashion* yaitu kategori orang yang memiliki perhatian besar kepada pakaian, dan membelanjakan sejumlah besar penghasilannya untuk pakaian. Kebanyakan wanita seperti ini cenderung tidak sependapat dengan kedua orang tuanya dalam masalah sosial, tidak menyukai kegiatan religius, cenderung menganut filosofis *new left*, tetapi mereka gemar terlibat program kemanusiaan.

## KESIMPULAN

*Fashion*, pakaian dan busana disebut sebagai fenomena kultural sejauh ketiganya menunjukkan praktik-praktik penandaan. Melalui ketiganya, dengan caranya sendiri dialami dan dikomunikasikan menjadi tatanan sosial. *Fashion* juga digunakan untuk mengekspresikan, merefleksikan, meneguhkan, menyembunyikan atau bahkan membangun sesuatu yang ada

dalam diri seseorang. Tetapi apapun yang dipakai manusia, akan bermakna dan menjelaskan apa saja makna-makna *fashion* dan pakaian yang dikenakan serta bagaimana makna tersebut diproduksi atau dibangkitkan serta bagaimana *fashion* mengkomunikasikan makna-makna tersebut. *Fashion* selain bisa sebagai media dalam berkomunikasi, juga menggambarkan ciri kepribadian seseorang.

*Fashion-fashion* kontroversial dan 'aneh' yang dikenakan Lady Gaga dalam setiap penampilannya baik di panggung pertunjukkan, video klip maupun foto-fotonya (yang semuanya merupakan teks yang diteliti) bisa jadi itulah gambaran sesungguhnya seorang *pop lady* ini. Jika ia juga banyak menggunakan simbol-simbol penghinaan bagi agama dalam beberapa penampilannya bisa jadi itulah ideologi yang sesungguhnya yang dianut oleh Lady Gaga yang hendak dikomunikasi melalui *fashion-fashion*nya. Karena simbol-simbol tersebut tidak saja ada pada penampilannya, tetapi juga divisualisasikan melalui beberapa video klipnya hingga syair-syair lagu yang cenderung sama dan mendukung menganutan simbol-simbol yang kontroversial tersebut. Sekalipun tanda dan simbol-simbol tersebut memiliki makna yang dinilai bertentangan dengan ajaran agama, namun dengan percaya diri Lady Gaga menggunakan simbol-simbol tersebut sebagai penunjang dalam setiap penampilannya, terlepas dari pro dan kontra terhadap simbol-simbol itu.

Apapun itu, pro kontra dalam menilai sebuah *fashion* pasti akan selalu ada. Tetapi orang-orang yang menilai *fashion* secara positif dan melihat *fashion* sebagai bukti kreativitas dan produksi kultural adalah mereka yang menyadari bahwa disana banyak terdapat perbedaan tetapi tetap

bergembira menikmati perbedaan kultural tersebut. Dan menyadari bahwa ide-ide perbedaan itu menghasilkan makna dan orang tidak melihat perbedaan itu sebagai sesuatu yang harus dikungkung atau dilenyapkan. Karena itulah sebenarnya yang disebut watak *fashion*.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku

- Barnard, Malcolm 2011. *Fashion* sebagai Komunikasi, Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender. Yogyakarta : Jayasutra. Hal.vi,vii,11,100.
- Claik, Jennifer. 1993. *The Face Of Fashion: Cultural Studies In Fashion*. New York: Routledge. Hal 1.
- Fiske, John. 2011. *Memahami Budaya Populer*. Yogyakarta : Jalasutra. Hal.45.
- Fiske, John.1990. *Cultural & Communication Studies*. Bandung: Jalasutra.
- Gramsci, A. 1971. *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. Edited and translated by Q. Hoare and G. Nowell Smith. London. Lawrence Wishart
- McQuail, Dennis.1996.Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Jakarta: Erlangga.
- Roach, M.E. dan Eicher, J.B. 1979. *The Language of Personal Adornment dalam J.M Cordwell dan R.A Scharz (ed). The Fabrics of Culture*. The Hague: Mouton.
- Sihabuddin, Ahmad. 2011. *Komunikasi Antar Budaya (Satu Perspektif Multidimensi)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika komunikasi*. Bandung: Rosda.
- Teeuw, A. 1984. *Sastra dan Ilmu Sastra*. Jakarta: Pustaka Jaya.hal.6.
- Van Zoest, Art dan P. Sudjiman.ed. 1996. *Serba-Serbi Semiotika*. Jakarta. Gramedia Pustaka Umum.