

ISU MODEL KULIT HITAM: DISKRIMINASI RASIAL DALAM FASHION RUNWAY

Natasya Cornelia

Email: ncornelia@student.ciputra.ac.id

Fashion Production Design and Business, Fakultas Indutsri Kreatif

Universitas Ciputra

UC Town, Citraland Surabaya 60219

ABSTRACT

As the rapid development of the global fashion market, competition in the fashion industry becomes tighter and requires designers to increasingly create new and different trends. Competition in the fashion world not only based on the results of the designed clothes, but also the marketing techniques that will attract the attention of investors and buyers. Runway is one of those marketing media where the fashion show itself is a container in expressing artistic expression to showcase someone's work. In runway, choosing the right model is one of the important aspects that will represent how a fashion designer can show the design and expertise to the audience. Model is an effective method of exhibiting and selling works that can attract the attention of buyers. However, racial aesthetics and skin color in the fashion world continue to be used stereotypically. Non-white-skinned models are more precisely considered low and tend not to sell. Discrimination of the diversity and inclusiveness of non-white models succeeded in reducing the image of the fashion world. The research uses literature studies and qualitative deductive content analysis methods in obtaining racism data on non-white runway models in the global fashion world. The results of the data consist of 100 runway shows that are focused on the NYFW program. The designers were chosen based on the popularity and racial controversies of each designer. The purpose of this study is to analyze the level of openness of the world of fashion to aesthetic diversity, especially in race and skin color.

Keywords: New York Fashion Week, diversity, non-white runway models, race

ABSTRAK

Seiring berkembang pesatnya pasar mode global, persaingan dalam industri mode menjadi lebih ketat dan menuntut para perancang untuk semakin menciptakan tren baru yang berbeda. Persaingan dunia mode tidak hanya didasari dengan hasil busana yang dirancang, melainkan teknik pemasaran yang akan menarik perhatian investor dan pembeli. Runway menjadi salah satu media pemasaran tersebut dimana peragaan busana sendiri merupakan wadah dalam mengutarakan ekspresi artistik untuk memamerkan hasil karya busana seseorang. Dalam runway, memilih model yang tepat menjadi salah satu aspek penting yang akan mewakili bagaimana seorang perancang busana dapat menunjukkan desain dan keahliannya kepada para audiens. Model ialah sebuah metode yang efektif dalam memamerkan dan menjual karya yang dapat menarik perhatian pembeli. Namun, estetika ras dan warna kulit dalam dunia mode terus digunakan secara stereotip. Model berkulit non-putih lebih tepatnya masih dianggap rendah dan cenderung tidak menjual. Diskriminasi akan keragaman dan inklusivitas model berkulit non-putih berhasil menurunkan citra dunia mode. Adapun penelitian ini menggunakan studi literatur dan metode analisis konten deduktif kualitatif dalam memperoleh data rasisme terhadap model runway berkulit non-putih di dunia mode secara global. Hasil data terdiri dari 100 runway show yang difokuskan dalam acara NYFW. Para desainer dipilih berdasarkan popularitas serta kontroversi rasial masing-masing desainer. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat keterbukaan dunia mode terhadap keragaman estetika khususnya secara ras dan warna kulit.

Kata Kunci: New York Fashion Week, keragaman, model non-kulit putih runway, ras

PENDAHULUAN

Industri mode telah berevolusi secara signifikan selama 3 tahun terakhir dengan pertumbuhan sebesar 21% di dunia (*"The State of Fashion"*, 2019). Perubahan dinamika tersebut berhasil mendorong pihak-pihak industri mode untuk menciptakan tren baru yang lebih memukau, berbeda, dan unik untuk mempertahankan posisi di pasar yang semakin menuntut ini (Franks, 2000). Meskipun demikian, mode tidak hanya berbicara tentang desain busana yang diciptakan, pemasaran dan modal investasi juga telah diidentifikasi sebagai kekuatan yang mampu mendorong daya saing di industri mode (Sinha, 2006).

Pemasaran yang persuasif membutuhkan beberapa media penting untuk menangkap hati klien, salah satunya adalah *Runway* (Mau, 2014). Peragaan busana dalam dunia mode mampu meningkatkan popularitas perancang karena di pertunjukan ini mereka mampu mempromosikan desain dan keahlian masing-masing pihak. Peragaan busana menjadi aspek paling berharga dalam karier dimana para perancang dapat menarik sebanyak mungkin pelanggan atau mitra bisnis dan mampu membangun hubungan kerja sama yang menguntungkan. Terlepas dari keindahan *runway* di dunia mode, estetika ras dan warna kulit terus digunakan secara stereotip. Lebih tepatnya dengan cara yang meremehkan atau melebih-lebihkan perbedaan budaya dalam hal keindahan dan fisik. Berdasarkan data yang dikutip dari *The Fashion Spot*, 96,1%

model yang direkrut dalam acara *runway* berkulit putih dan 3,9% berkulit non-putih (Thai, 2019). Industri mode saat ini semakin tertutup terhadap keragaman dan cenderung marak dalam mengkategorikan model berkulit non-putih sebagai versi kecantikan yang dianggap alternatif dan non-standar (Wissinger, 2012:127).



Gambar 1. Multi-Colored Dreadlocks pada Peragaan Busana Marc Jacobs S/s 2017
Sumber: www.vogue.com

PEMBAHASAN

KERAGAMAN DALAM INDUSTRI MODE

Selama pertengahan 2000-an, *runway* menjadi contoh yang mencolok dari kurangnya keragaman di dunia mode, dimana sebagian besar model yang direkrut adalah model berkulit putih dan memiliki tubuh yang sangat langsing (Givhan, 2017). Hal ini berdampak pada model berukuran "plus" yang menjadi tidak teranggap dalam industri mode kecuali apabila terdapat perancang yang melayani ukuran tersebut.

Keragaman dalam industri mode memiliki pengaruh pada bagaimana publik memandang dan menganalisis



Gambar 1. Peragaan Busana The Battle of Versailles
Sumber: www.harpersbazaar.com

konsep keindahan dan kualitas fisik yang paling menarik. Representasi media ini semakin mengalir ke dalam komunitas konsumen dan meninggalkan kesan seperti apa “kecantikan” yang seharusnya terlihat dengan tidak memperdulikan warna kulit. Hal tersebut menyiratkan bahwa kecantikan yang diakui publik adalah eksklusif untuk model berkulit putih (Adodo, 2016:7).

Selama beberapa dekade, dunia mode telah menjadi sasaran kritik abadi karena menggunakan model-model yang mayoritas berkulit putih, *waifish*, dan sangat muda (Hunt, 2018:4). Namun seiring berjalannya waktu, kampanye mode lebih banyak menampilkan model berukuran plus, model yang usianya lebih tua, dan model dengan beragam warna kulit. Definisi keragaman saat ini juga berubah dari yang sekadar merujuk pada ras menjadi yang cenderung lebih universal.

PEMILIHAN MODEL DAN PREFERENSI

Dalam dunia mode, terdapat perkiraan jumlah penilaian yang akan diturunkan pada pakaian, namun terkadang hal tersebut lebih dalam dari lapisan eksternal mode. Givhan menyetujui bahwa juri mode cenderung menghakimi mulai dari berat badan, rambut, hingga pakaian (Givhan, 2015:3). Pada dasarnya, sutradara *casting* bekerja erat dengan perancang untuk memastikan pilihan model yang tepat dalam pertunjukan runway (Wilson, 2013). Sebagian besar model dipilih melalui agensi yang bekerja tanpa lelah untuk mengurus mode model agar sesuai dengan selera perancang.

Istilah seperti “*heroin chic*” dan “*grunge*” misalnya digunakan untuk menggambarkan suatu hal seperti pramuka saat mencari model yang potensial selama tahun 1990 (Entwistle, 2002). Dari perspektif seseorang yang bekerja di industri mode,

model dapat dicari berdasarkan penampilan dan seberapa *fashionable* mereka. Model yang tidak sesuai dengan tren masa itu kemungkinan besar tidak akan dipilih untuk berjalan di atas panggung *runway*. Model mode secara global telah banyak menghiasi sampul majalah, iklan, dan *runway* selama bertahun-tahun. Model yang akan tampil di *runway* akan diubah menjadi “kanvas kosong” yang dapat dicat. Namun, pada kenyataannya model adalah manusia yang terikat dengan subjektivitas dan tidak sepenuhnya “kosong”. Etnis model sendiri adalah penanda visual yang tidak dapat dipisahkan dari keseluruhan konsep yang ingin digambar oleh perancang.

COLORISM DAN MODE

Keragaman pada *runway* merupakan topik yang dibahas dalam berbagai bentuk dari waktu ke waktu dalam industri mode, namun perlakuan terhadap MOC (*Model of Color*) berdasarkan warna kulit juga menjadi topik yang menarik perhatian dalam industri mode. Istilah seperti “berkulit terang” dan “berkulit gelap” mengungkapkan stereotip individu yang diabadikan dalam kelompok ras yang berbeda.

Majalah sampul dan iklan terus menerus berusaha untuk mencerahkan kulit yang disebut sebagai “*white-washing*” agar aktris dan selebriti memiliki penampilan yang lebih “indah” dimana situasi ini akan memberikan keyakinan bahwa individu sebenarnya tidak cukup sempurna dalam rona sejati mereka (Phoenix, 2016). Pemilihan MOC dianggap sebagai langkah yang positif dalam industri mode.

Namun, setelah ditinjau lebih lanjut masih ada beberapa *tone* warna kulit tertentu yang diberi label “lebih baik daripada warna paling gelap.”

Gagasan mengenai model dengan warna kulit yang lebih terang lebih populer di *runway* biasanya meninggalkan diskriminasi terhadap model yang berkulit gelap, khususnya dalam bidang profesi. Agar perancang menampilkan berbagai warna kulit pada *runway* mode mereka, keragaman harus dieksplorasi jauh lebih dalam dari sekadar persentase atau jumlah total model yang ditampilkan.

PENANDA VISUAL BERDASARKAN RAS SELAMA RUNWAY

Di *runway*, terkadang model berpakaian atau bergaya dalam busana yang kemungkinan membatasi partisipasi dalam koleksi yang kohesif berdasarkan ras. Pertunjukan *the spring-summer 2011 Lanvin* menampilkan karya-karya indah yang dirancang oleh Alber Elbaz yang sangat berbakat. *Runway*-nya menampilkan tampilan gaun yang menggantung, potongan perhiasan yang rumit, dan banyak pemblokiran warna. Momen dalam acaranya yang paling mendapat perhatian terbesar terdapat pada pertunjukan terakhir. Sekelompok lima model berkulit hitam menutup semua acara dengan berjalan berdekatan bersama serta mengenakan cetakan yang serupa yang tampaknya terpisah dari sisa desain kohesif yang ditunjukkan sebelumnya. Alasan Elbaz memilih lima orang Afrika-Amerika sebagai penutup akhirnya adalah karena ia dilatih oleh Geoffrey Beene dan Yves Saint Laurent, dan mereka berdua bekerja dengan gadis-gadis Afrika.

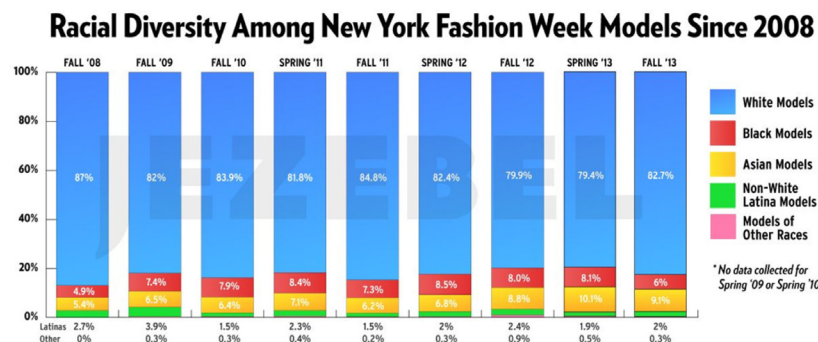
Jadi, bukan karena pernyataan politik melainkan karena mereka adalah gadis cantik (Givhan, 2011).

Menurut Givhan, keputusan Elbaz tidak ada hubungannya dengan ras. Namun, semuanya ada hubungannya dengan itu. Pandangan yang berbeda diungkapkan oleh Andre Leon Talley. Menampilkan lima model tersebut sebagai satu kelompok, Afrika-Amerika atau Asia, hal itu sudah jelas membuat suatu pernyataan, yaitu pernyataan politik. Kita seharusnya tinggal di dalam pos rasial, dunia non-ras. Hanya saja kita tidak ada di sana (Rho, 2011). Elbaz memberikan jawaban kepada banyak orang mengenai pilihan model dan bagaimana cara mengaturnya, semua dilihat melalui perspektif mode. Keputusannya didasarkan pada estetika pribadinya dan bagaimana ia ingin menyajikan sekelompok cetakan menurutnya tidak cocok dengan kolesinya (Givhan, 2011). Keputusan tersebut murni estetika sebagai solusi bagi teka-teki kreatif. Perancang yang lebih disiplin akan dengan mudah diedit. Jadi, dalam usahanya mencari cara untuk menampilkan cetakan

tersebut, ia menggunakan *black model*. Mereka akan membentuk tambahan visual ke dalam koleksi utama dan akan terpisah tapi tetap setara (Givhan, 2011:68). Menurut Elbaz, Talley, dan Givhan, adanya perbedaan tentang cara yang tepat untuk menampilkan MOC di atas panggung *runway*.

LAPORAN MODEL OF COLOR

Banyak individu dan kelompok yang menggunakan media sosial untuk menentang kurangnya keragaman selama acara NYFW sebagai teguran untuk meningkatkan kesadaran. *Jezebel.com* adalah situs yang menampilkan publik dengan jumlah MOC yang berjalan selama NYFW secara persis. Situs mereka mendistribusikan laporan MOC yang mencantumkan setiap MOC yang berjalan di pertunjukan *runway* setiap musimnya (Sauers, 2013). Laporan tersebut juga mencakup para perancang yang memanfaatkan MOC saat musim tersebut dan para perancang yang tidak. Tidak hanya kemajuan keragaman yang dipantau, tetapi juga jenama-jenama yang tidak membuat kemajuan terhadap *runway* yang lebih beragam kepada publik.



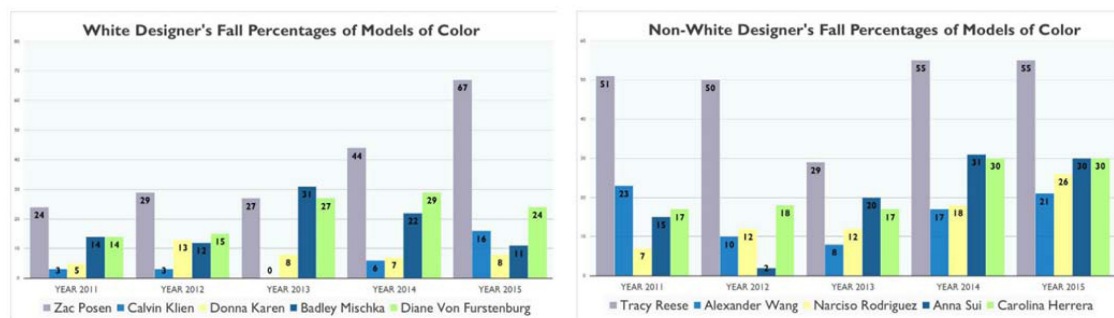
Gambar 1. . Keragaman Rasial di New York Fashion Week
Sumber: www.jezebel.com

Proses tersebut terjadi pada acara *Fall-Winter New York Fashion Week* dimana penelitian sensus pada setiap musim tersebut dilatarbelakangi karena peneliti percaya bahwa hal ini akan sangat membantu untuk menempatkan anekdot dan reportase dalam konteks angka yang aktual. Jika kita mengakui bahwa “whiteness” pada *runway* yang berlebihan dari citra mode merupakan sebuah isu, masalah tersebut dapat kita ukur menjadi langkah pertama untuk menyelesaikannya (Sauers, 2013).

model yang lebih rendah di *runway* untuk sebagian besar perancang dibanding dengan musim semi. Hal ini menyimpulkan bahwa lebih banyak *MOC* yang berada di *runway* musim semi para perancang yang telah dipilih untuk penelitian ini.

ANALISIS PENINGKATAN REPRESENTASI MODEL NON-KULIT PUTIH

Sementara telah ada peningkatan keseluruhan dalam representasi model non-kulit putih,



Gambar 2. Presentase Perancang Kulit Putih dan Non-Kulit Putih *MOC* Saat Musim Gugur
Sumber: www.thefashionspot.com



Gambar 3. Presentase Perancang Kulit Putih dan Non-Kulit Putih *MOC* Saat Musim Semi
Sumber: www.thefashionspot.com

PRESENTASE *MODELS OF COLOR*

Persentase model *runway* pada masing-masing musim berbeda. Selama musim gugur terdapat jumlah

ada kategori tertentu yang mengungkapkan bagaimana *MOC* ditampilkan di *runway* oleh para perancang yang telah dipilih pada studi ini. Salah



Gambar 4. Warna Busana Lebih Gelap pada MOC dan Warna Busana Lebih Cerah pada Model Kulit Terang di *Narciso Rodriguez Fall 2015*

satu kategori tersebut adalah warna lebih gelap pada MOC.

Salah satu kategori yang hadir di landasan pacu perancang berkulit putih dan non-kulit putih adalah bahwa MOC yang terlihat di *runway* mengenakan pakaian warna lebih gelap daripada model kulit putih ketika berjalan di atas panggung yang sama. Nuansa warna hitam, abu-abu, dan *shade* lebih gelap dapat dilihat pada MOC musim gugur dan musim semi. Salah satu contoh khusus saat *runway* musim gugur adalah Narciso Rodriguez pada tahun 2015. Luping Wang, Kai Newman, dan Dylan Xue adalah tiga MOC yang dipakai busana berdominan hitam saat *runway*, sementara model kulit putih seperti Waleska Gorczewski, Irina Liss, dan Julia van Os mengenakan pakaian berwarna *peachy* dan kuning cerah.

METODOLOGI

SAMPEL

Penelitian ini menggunakan studi literatur dan metode analisis konten deduktif kualitatif dalam memperoleh data rasisme terhadap model

runway berkulit non-putih di dunia mode secara global. Hasil data terdiri dari 100 *runway show* yang difokuskan dalam acara NYFW. Para perancang dipilih berdasarkan popularitas serta kontroversi rasial masing-masing desainer.

DESAIN PENELITIAN

Studi ini berfokus pada mode *ready-to-wear* pada tahun 2011 hingga 2015, masing-masing perancang harus memenuhi kriteria penelitian yang meliputi pertunjukan konsisten di NYFW musim gugur dan musim semi. Lima perancang berkulit putih yang dipilih untuk penelitian ini adalah Calvin Klein, Diane Von Fürstenberg, Donna Karen, Badgley Mischka dan Zac Posen. Sedangkan lima desainer non-kulit putih yang dipilih, antara lain Tracy Reese, Carolina Herrera, Alexander Wang, Anna Sui, dan Narciso Rodriguez. Penelitian ini mengevaluasi hubungan ras perancang dengan MOC di *runway*. Penelitian ini juga mengeksplorasi adanya kemungkinan hubungan antara musim dan keragaman di *runway* dimana ras dapat mempengaruhi keseluruhan acara.

PENGKODEAN DATA

Analisis studi diselesaikan dengan *live coding* yang berfokus pada perekaman ras dari masing-masing MOC dan menonton setiap peragaan busana. Saat melihat peragaan busana, peneliti memfokuskan pada jumlah total model wanita dalam pertunjukan dan menghitung persentase MOC setelah menempatkan setiap model dalam kategori masing-masing. Peragaan busana yang diamati untuk penelitian ini dilakukan pada situs web para desainer sebagai studi serta menggunakan saluran *YouTube* sebagai informasi data sekunder. Audiens yang dipilih untuk setiap pertunjukan juga menyangkut para pemimpin industri mode, konsumen, dan publik dari segala usia. Terdapat empat kategori dalam kerangka pengkodean studi dan masing-masing model masuk ke dalam salah satu kategori berikut: (1) Putih dan (2) Hitam

PENUTUP

Era 1970-an menjadi *golden era* model berkulit non-putih dalam dunia mode. Meskipun ada ketidaksetaraan rasial, pencabutan hak, dan kemiskinan terhadap orang kulit non-putih, pada akhirnya berhasil melahirkan sebuah ungkapan bahwa "Hitam itu Indah". Ungkapan tersebut memberi visibilitas dan meningkatkan rasa hormat mereka. Budaya hitam mulai menembus semua jenis media dan memengaruhi banyak bentuk seni, terutama *high-end fashion*. Banyak pihak yang memasukkan model kulit non-putih di *runway* dan dalam editorial mode glamor dan iklan.

Menurut sutradara *casting*, model Eropa banyak direkrut karena memiliki fitur seperti bibir tipis, hidung tipis, dan pinggul sempit. Adanya keyakinan bahwa gadis-gadis kulit hitam tidak menjual produk, namun meskipun begitu, keyakinan tersebut tidak mencerminkan pasar mode yang muncul di seluruh dunia. Kurangnya representasi telah mendorong orang yang bekerja secara langsung dan tidak langsung dalam industri mode berbicara mengenai ketidakadilan yang terjadi di dalamnya, khususnya di *runway* New York, Paris, Milan, dan London. *The Diversity Coalition* yang dibuat oleh alumni *runway*, Bethann Hardison, Iman, dan Naomi Campbell tahun 2008 menjadi inisiatif untuk mempercepat inklusi *runway* dengan memanggil perancang yang telah melakukan tindakan rasisme di *runway*. Menurut Campbell, tindakan tidak memasukkan model hitam di atas panggung *runway* adalah rasisme.

DAFTAR RUJUKAN

- Givhan, R. (2016). *The Battle of Versailles: The Night American Fashion Stumbled into the Spotlight and Made History*. New York: Flatiron Books.
- Wissinger, E. (2015). *This Year's Model: Fashion, Media, and the Making of Glamour*. New York City, NY: NYU Press.
- Diamond, J., & Diamond, E. (2013). *The World of Fashion*. Bloomsbury Publishing USA.
- Crenshaw, K. (1995). *Critical Race Theory : The Key Writings that Formed the*

- Movement. New York: New Press.
- Decuir, J., & Dixon, A. (2004). Using Critical Race Theory as a Tool of Analysis of Race and Racism in Education. *Educational Researcher*, 26-31.
- Delgado, R., & Stefancic, J. (2000). *Critical Race Theory: An Introduction*. New York: NYU Press.
- Diggs, G. A., Garrison-Wade, D. F., Estrada, D., & Galindo, R. (2009). Smiling Faces and Colored Spaces: The Experiences of Faculty of Color Pursuing Tenure in the Academy. *Urban Rev*, 312-333.
- Dixon, A. D. (2007). What is Critical Race Theory in Education. The Metropolitan Center for Urban Education at New York University. New York.
- Entwistle, J. (2002). The Aesthetic Economy. *Journal of Consumer Culture*, 317-339.
- Hochschild, J. (2008). The Skin Color Paradox and the American Racial Order : New Directions in Race Research. *Social Forces*, 643-670.
- Kaiser, S. B. (2012). *Fashion and Cultural Studies*. London: Berg.
- Treviño, A., Harris, M. A., & Wallace, D. (2008). What's So Critical About Critical Race Theory? *Contemporary Justice Review*, 7-10.
- Wissinger, E. (2012, January 30). Managing the Semiotics of Skin Tone: Race and Aesthetic Labor in the Fashion Modeling Industry Economic and Industrial Democracy, 33 (1), 125–143.