

## CELANA DAN JEANS: TREN MODE ANDROGINI ANAK MUDA SURABAYA TAHUN 1970-1998

Irene Ferliana Putri dan Moordiaty

Program Studi Ilmu Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga  
[ireneferlianaptr@gmail.com](mailto:ireneferlianaptr@gmail.com), [moordiaty@fib.unair.ac.id](mailto:moordiaty@fib.unair.ac.id)

### Abstrak

Mode dalam konteks modern bukan lagi hanya sebagai pelindung tubuh, melainkan sebagai bentuk ekspresi dari individu untuk menyatakan identitasnya. Dengan kata lain, mode adalah ikonografi dari bentuk komunikasi non verbal yang digunakan individu untuk menyuarakan pesan artifaktual melalui *items* yang digunakan. Abad ke-20 Masehi merupakan babak baru dalam dunia mode, karena terjadi revolusi yang membuat perubahan paradigma berpakaian menjadi lebih bebas. Implikasinya adalah populernya mode androgini, sebuah mode yang meleburkan feminitas dan maskulinitas. Mode androgini berkembang di Indonesia sejalan dengan terbukanya arus westernisasi pada masa Orde Baru sebagai subkultur yang kemudian terpenetrasi dalam kehidupan masyarakat. Sama halnya mode lainnya, mode androgini memiliki *items* esensial yang menjadi ikon, yakni celana dan *jeans*. Kepopuleran *items* ini membuat keduanya menjadi tren pada masa Orde Baru. Penelitian ini merupakan tulisan sejarah dengan menggabungkan interpretasi sumber primer dengan studi literatur. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi secara rinci bagaimana celana dan *jeans* menjadi tren mode anak muda di Surabaya pada masa Orde Baru.

**Kata Kunci:** Mode, Androgini, Westernisasi, Subkultur

### Abstract

*Fashion in the modern context is no longer a body's protector, but a form of self-expression to express their identity. In other words, fashion is the iconography of non-verbal forms of communication used by individuals to convey artifactual messages through the items used. The 20th century AD was a new chapter in the fashion world because of a revolution that changed the paradigm of dressing. The implication is the popularity of androgynous fashion, a fashion that fuses femininity and masculinity. Androgynous fashion started to grow in Indonesia in the line with the comeback of westernization during the New Order era as a subculture then penetrated to society. Like other fashions, the androgynous fashion has essential items that become icons, namely pants and jeans. The popularity of these items made both of them a trend during the New Order era. This research is historical writing by combining the interpretation of primary sources with literature studies. This study aims to identify in detail how pants and jeans became a fashion trend for the youth in Surabaya during the New Order era.*

**Keywords:** Fashion, Androgyny, Westernization, Subculture

## PENDAHULUAN

Mode kerap kali diartikan sebagai gaya berbusana, dalam konteks klasik busana berfungsi sebagai media proteksi diri dari bahaya, baik bahaya yang disebabkan oleh makhluk hidup maupun iklim (Knight Dunlap, dalam *The Journal of General Psychology* Vol. 1 No. 1, 1928: 65-68). Sementara dalam konteks modern, busana tidak hanya berfungsi sebagai proteksi. Dengan ditambah dengan *taste* seorang individu, busana dapat menjadi mode yang memiliki ragam fungsi. Mode memiliki fungsi sosial, yakni mode membantu mengatasi jarak antara individu dengan *society*-nya. Pendek kata, dianggap sebagai fenomena modernitas *par excellence* (Pandangan George Simmel terhadap fungsi sosial mode, dalam Jukka Gronow, dalam *Acta Sociologica* Vol. 36 No. 2, 1993: 90).

Mode dalam fungsi budaya adalah sebagai klasifikasi ciri khas dari sebuah kelompok masyarakat melalui *items* tertentu dan gaya berpakaian yang menjadi sebuah ciri kelompok masyarakat (Karen Tranberg Hansen, dalam *Annual Review of Anthropology* Vol. 33, 2004: 371). Sementara dalam konteks ekonomi, mode adalah salah satu bentuk konsumerisme. Konsumsi mode dianggap sebagai “penolong” yang memastikan bahwa masyarakat mengadaptasi kehidupan modern yang kompleks (Haryanto Soedjatmiko, 2008: 63). Fungsi lain dari mode adalah sebagai bentuk komunikasi, yakni mode dapat merepresentasikan individu melalui konteks (Aditya Setiawan, 2018: 1).

Sejalan dengan pemikiran tersebut, Linda Welters dan Abby Lillethun juga menyatakan bahwa mode adalah ruang komunikasi, imitasi, dan pembeda (Linda Welters dan Abby Lillethun, 2018: 35-37). Jika sebelum abad ke-20 Masehi, komunikasi yang dilakukan individu dalam mode adalah untuk memperlihatkan perbedaan status sosial dengan individu lain. Sehingga menyebabkan mode terklasifikasi sesuai dengan status sosial yang ada dalam masyarakat.

Pada abad ke-20 Masehi juga terjadi revolusi besar-besaran dalam dunia mode, terlebih lagi untuk meruntuhkan aturan berpakaian sesuai dengan status sosial dan konstruk gender. Aturan yang aneh dalam hal berpakaian oleh kelompok

mayoritas mengundang protes dari kelompok tertindas (Fred Davis, 1994: 184).<sup>1</sup> Perlawanan inilah yang kemudian dijelaskan sebagai anti-mode (Bonnie English, 2013: 111). Hal ini diawali dengan penciptaan gaun dengan aksesoris imitasi oleh seorang desainer bernama Coco Chanel pada tahun 1920-an (Fred Davis, 1994: 40). Penciptaan gaun tersebut dilakukannya karena Chanel melihat ketidakadilan dan diskriminasi dalam hal berbusana antara kelas bangsawan dan rakyat biasa.

Reaksi terhadap ketidakadilan dan diskriminasi dalam berpakaian juga dilakukan oleh tokoh nasionalis Indonesia di awal abad ke-20.<sup>2</sup> Jika Chanel membuat gaun mewah dengan harga ekonomis untuk mengimitasi gaya kaum bangsawan, tokoh nasionalis Indonesia melakukan perlawanan dengan berpakaian gaya Eropa. Aturan berpakaian tersebut menimbulkan perlakuan yang berbeda antara orang yang menggunakan pakaian bergaya Eropa dan bergaya tradisional, diskriminasi tersebut tidak saja dilayangkan oleh Belanda tetapi juga oleh bumiputera sendiri.<sup>3</sup> Dengan penggunaan pakaian gaya Eropa oleh tokoh nasionalis ini menjadi batu loncatan untuk mereka menduduki status sosial yang sama dengan orang Eropa dan membuktikan bahwa mereka tidak lagi terbelakang.<sup>4</sup>

Di samping revolusi untuk menentang klasifikasi busana berdasarkan kelas sosial, dalam histori mode ada pula revolusi untuk menentang klasifikasi busana

---

<sup>1</sup>Adapun yang dianggap sebagai kelompok tertindas adalah kelompok submisif, etnis minoritas, kelas sosial bawah.

<sup>2</sup>Tokoh nasionalis Indonesia pada awalnya memperdebatkan urgensi berpakaian gaya Eropa. Salah satunya adalah R.M. Soetatmo Soeriokoesoemo yang mempertanyakan “apakah jas yang baik akan membuat pria tampil baik?”. Setelah diskusi yang cukup sulit, secara berangsur-angsur aturan berpakaian ‘baru’ ini diterima oleh kelompok nasionalis moderat, bahkan kelompok nasionalis yang lebih radikal. Dibuktikan dengan penggunaan dasi putih dan setelan jas makan malam pada Kongres Sarekat Islam Pertama bulan Juni 1916 (Henk Schulte Nordholt, 2013: 91-94).

<sup>3</sup>Cerita yang dimuat dalam *Kaoem Moeda* pada 25 September 1917 oleh seorang penulis tetap yang bernama Keok. Ia bercerita mengenai pengalamannya saat mengunjungi bioskop dengan menggunakan pakaian tradisional dan pakaian Eropa. Bagaimana sikap pelayan yang berbeda saat ia menggunakan dua jenis pakaian tersebut. Ketika ia menggunakan pakaian tradisional, pelayan enggan untuk melayani pesannya. Sementara ketika ia kembali dengan pakaian gaya Eropa, pelayan langsung dengan ramah menjamunya seakan-akan ia tuannya. (Henk Schulte Nordholt, 2013: 93-94).

<sup>4</sup>Henk Schulte Nordholt berpendapat bahwa bagi kaum nasionalis Indonesia, penggunaan pakaian ‘pribumi’ dihubungkan dengan tidak adanya kemajuan. (Henk Schulte Nordholt, 2013: 25).

berdasarkan gender. Pertama adalah revolusi pada awal abad ke-20 Masehi yang dikenal dengan *peacock revolution* (Justin Bengry, dalam *Socialist History* 36: 55-56).<sup>5</sup> Selanjutnya, gerakan-gerakan sosial yang terjadi pada pertengahan abad ke-20 juga mendasari adanya keinginan untuk mereduksi keikutsertaan gender dalam klasifikasi sebuah mode, sebut saja *hippie movement*<sup>6</sup> pada akhir tahun 1960-an hingga awal 1970-an dan *punk fashion*<sup>7</sup> pada akhir tahun 1970-an hingga awal 1980-an yang mendongkrak kembali bangkitnya kebebasan dalam mode (Bonnie English, 2013: 108-110). Mode yang lahir dari penentangan klasifikasi busana berdasarkan gender ini disebut sebagai mode androgini.

Androgini sendiri diartikan sebagai kombinasi dari sifat feminin dan maskulin pada objek atau subjek yang sama (Rosa Crepax, 2016: 17). Jika ditafsirkan dalam dunia mode, mode androgini diartikan sebagai segala yang melekat pada tubuh individu yang memiliki baik sifat dari maskulin maupun feminin. Oleh karena itu, baik wanita maupun pria dengan bebas dapat mengenakan sesuatu meskipun tidak sesuai dengan konstruk gender yang telah ditentukan masyarakat. Secara historis, mode androgini telah banyak dikenalkan termasuk oleh beberapa desainer besar dunia, seperti Yves Saint Laurent dengan *Le Smoking*-nya pada tahun 1966 dan Jean-Paul Gaultier dengan *sarongs and pants-skirts* pada 1984 (Fred Davis, 1994: 40).

Di Indonesia sendiri, mode androgini hadir sebagai sebuah subkultur pada masa Orde Baru yang sejalan dengan kembalinya westernisasi yang sempat dilarang pada masa sebelumnya. Dengan besarnya pengaruh budaya Barat terhadap mode di Indonesia menyebabkan meningkatnya jumlah konsumsi mode dalam masyarakat. Fenomena mengenai mode androgini ini membuat anak muda, baik wanita maupun pria, keranjingan dengan gaya androgini. Hal yang paling

---

<sup>5</sup>Hadirnya revolusi ini mengubah pandangan terhadap gaya berpakaian pria, pasca adanya *peacock revolution* lahir sebuah mode baru pada pria yang lebih feminin dan juga dijumpai pakaian dengan berwarna cerah pada mode pria.

<sup>6</sup>*Hippie movements* adalah sebuah gerakan yang berlangsung di Amerika sebagai bentuk protes anak-anak muda kepada pemerintah yang konservatif melalui mode.

<sup>7</sup>*Punk fashion* yang merupakan bentuk protes oleh kelas menengah kepada penguasa karena situasi ekonomi yang tidak baik di Inggris. Kelompok *punk* ini menggunakan media mode dan musik sebagai bentuk protes.

mendasari besarnya keinginan anak-anak muda untuk mengonsumsi mode androgini adalah rasa ingin mengimitasi gaya idola seperti Elvis Presley, James Dean, dan Marlon Brando yang terkenal sebagai ikon androgini yang menjadi idola anak muda di dunia termasuk di Indonesia (Helen Reynolds, 2010: 24). Tidak saja ikon androgini yang berasal dari luar negeri, di Indonesia sendiri nama seperti Ahmad Albar dan Ucoq Harahap yang merupakan musisi yang sangat populer di tahun 1970-an menjadi ikon androgini di kalangan anak muda. Selain menjadi musisi, keduanya juga banyak tampil sebagai *fashion icon* di surat kabar dan majalah mode (Dewi Kusumawati, 2020: 61).

Sama halnya dengan jenis mode lainnya, mode androgini juga memiliki *items* yang paling populer. Jika dalam dunia gastronomi mengenal istilah *comfort food* atau makanan yang familiar bagi individu dan kerap dikonsumsi hampir setiap hari karena memiliki jaminan rasa bagi individu tersebut, begitu pun dengan dunia mode. Dunia mode juga mengenal yang namanya “*must have items*” atau *item* yang wajib dimiliki oleh individu. Dalam mode androgini, yang berperan sebagai “*must have items*” adalah celana dan *jeans*. Celana dan *jeans* menjadi *items* esensial yang populer karena memiliki beragam model, serta didorong oleh adanya media yang masif mempengaruhi *lifestyle* anak muda, tidak terkecuali anak muda di kota Surabaya dalam kurun waktu 1970 hingga 1998.

Banyaknya mode yang berkembang dengan gerak yang cenderung dinamis perlu dilakukan penelitian secara berkelanjutan demi dapat mengidentifikasi jenis dan *items* apa saja yang memang populer pada zamannya, termasuk mengenai celana dan *jeans*. Adapun penelitian yang membahas mengenai celana dan *jeans* diantaranya: Helen Reynolds dengan *Mode Dalam Sejarah: Jaket dan Celana*, Kees Van Dijk dengan “Sarung, Jubah, dan Celana: Penampilan sebagai Sarana Pembedaan dan Diskriminasi” dalam *Outward Appearances: Trend, Identitas, Kepentingan* karya Henk Schulte Nordholt, dan Fred Davis dengan *Fashion, Culture, and Identity*. Namun, identifikasi lanjut mengenai mode androgini dan *item* populernya, celana dan *jeans*, belum dilakukan. Maka dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk memberikan sumbangsih ilmu terutama mengenai sejarah mode

yang berkaitan dengan tren dan mode androgini, serta diharapkan dapat mengisi kekosongan dalam penulisan sejarah khususnya sejarah mode di Surabaya.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metodologi sejarah. Dimana setelah heuristik dilanjutkan dengan kritik sumber, interpretasi, kemudian diakhiri dengan penulisan. Tahapan paling penting dalam penulisan sejarah adalah pengumpulan sumber (heuristik). Sartono Kartodirdjo mengungkapkan, melalui sumber sejarah dapat ditarik fakta yang kemudian menjadi dasar untuk menghidupkan masa lampau (Sartono Kartodirdjo, 1987: 23). Di dalam tulisan ini menggunakan sumber primer berupa arsip-arsip foto yang didapatkan dari majalah (*Ekspres, Femina, Kawanku, Liberty*), koran (*Surabaya Post* dan *Kompas*), serta sumber sekunder didapat dari data studi literatur yang berbentuk buku, jurnal, dan artikel dari media elektronik. Data yang sudah dikumpulkan kemudian akan diverifikasi keabsahannya menggunakan verifikasi sumber dan isi dokumen. Selanjutnya, data akan diolah dan diinterpretasikan sebelum dideskripsikan secara objektif berdasarkan sumber data yang ada dalam bentuk tulisan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Orde Baru dan Kembalinya Arus Westernisasi di Indonesia**

Abad ke-20 Masehi dinyatakan sebagai puncak kemajuan mode. Pasalnya, banyak perubahan dan perkembangan dalam gaya berpakaian masyarakat. Mode pada abad ke-20 Masehi terlihat lebih mengglobal dikarenakan oleh perkembangan arus komunikasi dan media dalam dunia yang semakin modern. Sebagai kiblat dari mode dunia, Eropa menjadi wilayah yang sangat masif menyebarkan gaya berpakaian. Pengaruh Eropa dalam berpakaian dapat dilihat dalam keseharian berpakaian dewasa ini.

Indonesia sendiri telah mendapatkan pengaruh gaya berbusana dari Eropa pada saat masih menjadi wilayah kekuasaan Belanda. Diungkapkan bahwa pengaruh pembaratan dalam berpakaian di Indonesia diawali dengan diterimanya pakaian barat seperti celana panjang dan kemeja oleh pria perkotaan yang lama

kelamaan juga menjadi populer dalam masyarakat pedesaan (Denys Lombard, 2005: 156). Berbanding terbalik dengan pria, nampaknya pembaratan pakaian pada masa kekuasaan Belanda ditolak oleh wanita, wanita Jawa dan Sunda lebih memilih menggunakan pakaian lokal yaitu dengan tiga unsur utama: kain, kebaya, dan selendang (Denys Lombard, 2005: 158).

Perkembangan mode di Indonesia mencapai puncaknya justru pada masa Orde Baru, yakni sekitar akhir 1960-an hingga 1970-an awal. Sementara tahun 1950-an oleh McVey dianggap sebagai “dekade yang hilang”. Hal ini terjadi karena ada minimnya materi-materi sumber yang tersedia. Masa 1950-an lebih terfokus pada perkembangan politik dan relatif kecil pengetahuan tentang kehidupan penduduk sehari-hari (McVey dalam Henk Schulte Nordholt, 2013: 13). Alasan lain adalah karena pada masa Orde Lama Soekarno menolak westernisasi dengan manifesto kebudayaan yang melarang anak-anak muda di kota besar untuk menggunakan celana *jeans*, memainkan musik Barat, memiliki rambut kribo atau gondrong. Manifesto kebudayaan yang digagas pada tahun 1959 tersebut mendesak anak-anak muda untuk melawan kebudayaan asing yang berasal dari negara-negara Neo-Kolonialisme dan Imperialisme Barat (Krishna Sen dan David T. Hill, 2001: 195). Untuk memperkuat manifestasi kebudayaan tahun 1959, di tahun 1963 dikeluarkanlah Penetapan Presiden (Penpres) No. 11 Tahun 1963 tentang pelarangan peredaran musik Barat, terutama *rock* yang berasal dari Amerika dan Inggris (Krishna Sen dan David T. Hill, 2001: 196-197).

Setelah jatuhnya rezim Orde Lama, kebijakan politik tersebut tidak lagi berlaku. Sebaliknya, Soeharto sangat mengizinkan budaya Barat untuk masuk di Indonesia. Westernisasi yang terjadi di Indonesia adalah sebagaimana yang dikemukakan oleh Samuel P. Huntington merupakan proses mengikuti dan mengonsumsi segala bentuk budaya dan gaya hidup bangsa Barat (Samuel P. Huntington, 1996: 56-59). Bangsa Barat yang dimaksud adalah bangsa Eropa dan Amerika, karenanya istilah westernisasi sering kali diasosiasikan dengan *euroamericanizing* (Samuel P. Huntington, 1996: 46-47).<sup>8</sup> Dengan dibukanya akses

---

<sup>8</sup>*Euroamericanizing* adalah istilah untuk membedakan konsep westernisasi dan modernisasi.

westernisasi, paradigma gaya hidup masyarakat Indonesia bergeser kiblat ke dunia Barat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya pengadopsian budaya Barat oleh masyarakat, termasuk di dalamnya adalah genre musik, film, mode. Salah satu hasil adopsi budaya barat dalam mode adalah gaya androgini.

## **B. Androgini: Peleburan Feminitas dan Maskulinitas dalam Mode**

Setiap mode yang dikenakan oleh suatu individu pada dasarnya memiliki pesan artifaktual dalam bentuk non-verbal. Bahkan oleh Barnard mengartikan mode memiliki keterikatan yang dekat dengan jenis kelamin individu, bagaimana mode dapat mengonstruksi, menandai, dan mereproduksi jenis kelamin konvensional di masyarakat (Malcolm Barnard, 2011: 159). Dengan kata lain, Barnard beranggapan bahwa mode dapat menunjukkan identitas gender dari suatu individu. Gagasan identitas gender berkaitan erat dengan pandangan masyarakat luas terkait “peran” dari gender tersebut. Dalam masyarakat, pria identik dengan atribut maskulin sedang wanita identik dengan atribut feminin. Akan tetapi, di abad ke-20 dunia mode telah mengalami revolusi dengan munculnya peleburan konsep maskulin dan feminin dalam satu penampilan yang kemudian dikenal dengan *androgynous fashion*.

Istilah androgini sendiri bermula dari sebuah konsep gender yang dikembangkan oleh Sandra L. Bem. Sandra L. Bem melalui *The Bem Sex Role Inventory* (BSRI) mengklasifikasikan bahwa seorang individu memiliki salah satu dari orientasi peranan gender, yaitu maskulin, feminin, dan androgini. Konsep androgini menurutnya adalah bagaimana suatu individu baik pria maupun wanita dapat merangkul maskulinitas dan feminitas yang ada dalam dirinya secara seimbang (Sandra Lipsitz Bem, dalam *Psychological Review* Vol. 88 No. 4, 1981: 362-363). Seiring dengan berjalannya waktu, istilah androgini tidak lagi hanya diasosiasikan dengan permasalahan peran dan gender, melainkan sudah terpenetrasi ke dalam gaya hidup atau *lifestyle* di masyarakat dan sudah menjadi bagian dari sebuah mode.

Rebecca Arnold mendefinisikan androgini dalam konteks mode adalah sebuah penyatuan dari gaya pria dan wanita, begitu pula maskulinitas dan



femininitas dalam satu tubuh (*to unite male and female, masculine and feminine in one body*) (Rebecca Arnold, 2001: 122). Salah satu fungsi dari pengembangan gaya mode androgini adalah sebagai bentuk rekonsiliasi dari perbedaan gender yang menjadi perdebatan yang dingin pada masa kontemporer (Rebecca Arnold, 2001: 122). Sedang oleh Fred Davis berasumsi bahwa sebenarnya manusia bersifat androgini secara natural, secara tidak sadar manusia menggunakan produk androgini dalam kehidupan sehari-hari.<sup>9</sup>

Secara historis, perkembangan mode androgini dimulai pada awal abad ke-20. Meskipun secara konsep, istilah androgini baru banyak digunakan ketika Sandra L. Bem melakukan penelitian mengenai konsep gender pada 1970-an. Kemunculan gaya androgini ditandai dengan banyak kalangan yang mulai menerima celana panjang sebagai bagian dari pakaian wanita pasca Perang Dunia I atau pada tahun 1919 dan pada awal 1940-an ketika wanita banyak yang berpartisipasi dalam perang dan bekerja jauh dari rumah sehingga wanita memperoleh kebebasan lebih daripada sebelumnya dan beberapa dari mereka menggunakan celana yang maskulin, kemeja, dan jaket sebagai pakaian sehari-hari (Helen Reynolds, 2010: 17).

### **C. Celana dan *Jeans* Sebagai Esensial *Items* Bagi Anak Muda Surabaya**

Celana sejatinya bukan *item* yang baru dalam dunia mode, celana telah menjadi bagian dari cara berpakaian manusia dari waktu ke waktu. Namun, kala itu celana masih dianggap sebagai bagian dari mode pria. Ide penggunaan celana untuk wanita mulai bermunculan di pertengahan abad ke-19 Masehi.<sup>10</sup> Selanjutnya, Perang Dunia I mengubah paradigma penggunaan celana, yakni ketika wanita mulai mengambil alih pekerjaan pria dengan cara mendaftarkan diri dalam militer,

---

<sup>9</sup>Wanita mengenakan celana, berambut pendek, *no make up*, dan memiliki tato, sementara pria menggunakan pakaian berwarna cerah dan *soft, ear-piercing*, dan berambut panjang (Fred Davis, 1994: 34).

<sup>10</sup>Pada tahun 1850-an, seorang wanita Amerika bernama Elizabeth Smith Miller memperhatikan wanita-wanita di Sanatorium Kesehatan Swiss mengenakan celana Turki di bawah gaun pendek mereka yang lebar, kemudian Ia mengadopsi gaya tersebut dan melahirkan sebuah gaya baru yang bernama *bloomers*, yakni gaya berpakaian yang memadukan rok selutut dengan celana longgar yang bagian mata kakinya berkerut. Di tahun 1880-an, Rational Dress Society mengenalkan model rok celana atau kulot yang kemudian populer di kalangan pengendara sepeda wanita (Helen Reynolds, 2010: 16-17).

selanjutnya mereka juga kerap menggantikan pekerjaan pasangannya, serta menjadi pegawai dalam sebuah pabrik atau kantor yang banyak menggunakan celana untuk aktivitasnya Helen Reynolds, 2010: 16-17).

Sementara itu, *jeans* adalah merupakan celana yang terbuat dari kain katun yang tebal dan diberi warna indigo yang konon kain tersebut berasal dari Nimes, Perancis. Kemudian diartikan bahwa *jeans* terbuat dari denim. Penggunaan denim sebagai bahan celana telah digunakan Angkatan Laut Italia pada tahun 1600-an (Lauren Friedman, 2016: 122. Namun, kepopuleran *jeans* bermula di tahun 1871 yang dipopulerkan oleh Jacob Davis dan Levi Strauss.<sup>11</sup> Temuan keduanya kemudian dikenal dengan *blue jeans* dan dikenal sebagai pakaian pekerja tambang.

Pada awal abad ke-20 Masehi, celana *jeans* menjadi ikon dari anti-mode oleh pemberontak dan juga menjadi kostum bagi musisi dan bintang film.<sup>12</sup> Di Indonesia sendiri, histori penggunaan *blue jeans* bisa dibilang unik. Di awal masuknya *item* ini, justru menjadi simbol kemewahan dan simbol pemberontakan. Simbol kemewahan karena *blue jeans* atau yang lebih dikenal dengan celana jengki pada tahun 1950-an populer di kalangan remaja Jakarta dan memiliki harga yang mahal (Firman Lubis, 2008: 251). Sementara itu, simbol pemberontakan karena celana ini dipakai oleh para pemberontak di Sulawesi Utara pada akhir tahun 1950-an sebagai salah satu barang kebutuhan pemberontak.<sup>13</sup>

Meskipun telah dikenal masyarakat sebagai *items* dari mode, baik celana dan *jeans*, baru lazim digunakan untuk pakaian sehari-hari pada akhir tahun 1960-an

---

<sup>11</sup>Seorang istri pekerja tambang meminta Jacob Davis dari Nevada untuk membuat celana yang kuat dan tidak mudah rusak. Davis memenuhi permintaan pelanggannya dengan membuat celana dari bahan kain putih tebal dengan bagian kantongnya dijahit benang dan diberi *rivet* sebagai penguat. Setahun berikutnya, Davis berniat mematenkan temuannya dan memutuskan untuk menulis surat kepada Levi Strauss yang merupakan *supplier* kain. Di bulan Juli tahun 1872, hak paten diajukan dan US Patent & Trademark Office menyetujui dengan nomor 139.121 (Lynn Downey, 2009: 15).

<sup>12</sup>Sejak tahun 1930-an di Barat banyak bermunculan koboi-koboi yang menggunakan *jeans*. Kepopulerannya mencapai puncak ketika celana ini mulai dikenakan oleh musisi dan bintang film dunia seperti Elvis Presley, Marlon Brando, dan James Dean di tahun 1950-an (Helen Reynolds, 2010: 24).

<sup>13</sup>*Blue Jeans* diangkut oleh kapal Sea Bird (kapal pemasok kebutuhan pemberontak) sebagai salah satu barang kebutuhan pemberontak Permesta (Phill M. Sulu, 1997: 89).

menuju tahun 1970-an awal. Bahkan di tahun 1970-an, celana dan *jeans* menjadi tren di kalangan anak muda. Masa-masa munculnya *Flower Power* dari kelompok *Hippies* mempengaruhi penyebaran mode ini.<sup>14</sup> Kaos oblong dan bawahan celana banyak ditemui baik dalam panggung pertunjukkan atau di jalan-jalan kota. Mode tersebut banyak digunakan anak muda, baik pria dan wanita. Hal ini sangat kontras dengan perkembangan mode yang terjadi di masa sebelumnya, ketika pembaratan dalam mode hanya diterima oleh pria sedang wanita lebih memilih mempertahankan menggunakan pakaian lokal yang mengandung tiga unsur utama: kain, kebaya, dan selendang (Denys Lombard, 2005: 158). Sementara itu, kelaziman penggunaan celana dan *jeans* sebagai pakaian wanita bermula saat hadirnya *women liberations* di Surabaya pada tahun 1970-an, yaitu keinginan wanita untuk terbebas dari kefemininan dan bergaya lebih maskulin (Wardhatul Umma, 2016: 20).

Model celana yang populer di kalangan anak muda pada tahun 1970-an adalah celana *cutbray*. *Cutbray* sendiri adalah jenis celana yang ketat di bagian paha dan melebar pada bagian lutut hingga tumit. Celana ini bentuknya mirip seperti lonceng dan cocok digunakan untuk orang yang gemar mengenakan sepatu *boot* (Goet Poespo, dalam Dewi Kusumawati, 2020: 54). Celana dengan potongan *cutbray* digunakan untuk berbagai kegiatan.<sup>15</sup>

Dalam periode waktu yang sama juga populer jenis celana *jeans*. Kepopuleran *jeans* ini dibuktikan dengan diselenggarakannya *Festival Jeans* pada 12 Juni 1976 di Gedung Cenderawasih Jalan Nusakambangan, Malang. Festival ini diselenggarakan untuk memilih *Mister (Mr.)* dan *Misses (Mrs.) Jeans* tingkat Jawa Timur (*Surabaya Post*, 15 Juni 1976). Kontes ini diikuti oleh pemuda dari seluruh

---

<sup>14</sup> Jejak *Hippies* di Indonesia ditemukan di Bandung dengan munculnya grup musik *The Prophecy* tahun 1973, (*Ekspres*, 7 Juni 1971). Di Jakarta, saat perayaan kemerdekaan yang ke-28 dengan mengadopsi konser ala *Woodstock* dengan tajuk *Summer 28* yang diselenggarakan di Pasar Minggu, (Fandy Hutari, 2018). Selanjutnya adalah Surabaya, di Surabaya jejak *hippies* ini terlihat dari munculnya band yang memiliki aliran keroncong, *hawaiian pop*, dan *rock* dengan nama AKA atau Apotik Kali Asin (Yudi A. dan Septina A., 2014).

<sup>15</sup>*Cutbray* digunakan oleh mahasiswa Universitas Surabaya saat kunjungan lapangan di Tawang Mangu (Arsip Universitas Surabaya), serta digunakan untuk pemotretan dan promosi oleh musisi Medinos Group (*Surabaya Post*, 2 Oktober 1978).

penjuru Jawa Timur, tidak terkecuali Surabaya. Dalam kontes ini kontestan membawakan berbagai jenis dan merek *jeans* yang dipadukan dengan berbagai macam atasan seperti kaos lengan panjang, rompi, selendang, sepatu dengan hak. Selain menampilkan *jeans* potongan, beberapa kontestan juga membawakan *dungarees* atau lebih dikenal dengan celana kodok, yaitu jenis pakaian setelan yang atasan dan bawahannya menyatu.

Tidak berhenti disitu, dalam *Hustle & Funky Sidoarjo 1978* yang merupakan malam penobatan *King and Queen Hustle and Funky* yang diikuti oleh 30 peserta dan dihadiri oleh muda-mudi dari penjuru Surabaya dan Sidoarjo juga menampilkan *fashion show* dengan memadukan celana dan kaos, baik untuk kategori *King* ataupun *Queen* (*Surabaya Post*, 12 Oktober 1978). Kemudian pada periode waktu 1980-an muncul gaya mode bertajuk *yuppie style*.<sup>16</sup> Konsep dari *yuppie style* menekankan pada gaya kantoran rapi dan kental dengan aksesoris minimalis, contohnya adalah dengan memadukan blazer dengan celana kain (*Femina*, 19 – 25 November 1998).<sup>17</sup>

Bawahan lain yang menjadi esensial *items* anak muda di tahun 1980-an adalah model celana longgar, seperti pantalon berploi longgar dan kulot. Jenis celana tersebut memiliki ukuran lebar dari paha hingga mata kaki. Diantara pantalon berploi dan kulot, kulot lebih populer di kalangan pemuda Surabaya. Celana kulot sendiri adalah celana yang ukurannya sangat lebar, sehingga potongan atau belahannya tidak terlalu terlihat. Oleh masyarakat lokal, kulot disebut juga celana rok. Karena modelnya yang begitu lebar, bahan dari celana ini acap kali adalah kain yang ringan (Goet Poespo, 2009:105).

Memasuki periode akhir 1980-an muncul jenis celana *skinny fit* atau celana ketat mulai dari pinggang hingga mata kaki. Celana ini seperti legging berbahan *jeans*, kaos, spandex atau katun (*Surabaya Post*, September 1989). Untuk

---

<sup>16</sup>*Yuppie Style* merupakan kependekan dari Young Urban Professional atau Young Upwardly-Mobile Professional.

<sup>17</sup>*Yuppie Style* muncul seiring dengan banyaknya jumlah wanita yang mulai terjun di ranah profesional dan menjadi wanita karir. Jenis gaya ini populer dari pertengahan tahun 1980-an hingga tahun 1990-an.

memadukan bawahan model *skinny*, pemuda biasanya memadukan juga dengan atasan yang *press-body* masih dengan kancing atas yang dibuka.

Sementara pada tahun 1990-an, gaya yang populer adalah hasil remodifikasi dari gaya di periode sebelumnya. Tidak banyak yang berubah dari tahun-tahun sebelumnya, *jeans*, *skinny fit*, *cutbray* masih menjadi *items* yang populer. Selain itu, di tahun 1990-an mulai populer dengan celana pendek atau celana bermuda. Secara historis, celana ini awalnya berkembang di Kepulauan Bermuda yang merupakan destinasi wisata yang populer kala itu. Di kawasan tersebut banyak dijumpai wanita yang mengenakan celana pendek yang menampakkan paha mereka. Hingga pada akhirnya, jenis celana ini diadopsi dan dimodifikasi panjangnya jadi selutut. Celana bermuda kemudian menjadi populer sebagai *fashion item* yang cocok digunakan saat musim panas, baik bagi pria maupun wanita (Dewi Kusumawati, 2020: 79).

Kepopuleran *jeans* tidak dapat dinafikan, di tahun 1990-an bahkan *jeans* atau denim tidak lagi menjadi bahan pembuatan celana saja, melainkan juga jaket. Tepatnya pada tahun 1993 muncul mode yang memadukan kulit, kaos, dan *jeans*. Perpaduan antara ketiga bahan ini menampilkan kesan yang gelap dan *bold*, tetapi modis (*Liberty*, 21-28 Februari 1993). Gaya ini bisa dipakai untuk berbagai kesempatan, terutama untuk bepergian dan pesta. Bahan kulit dan *jeans* membuat pakaian ini apabila dipakai oleh wanita akan menampilkan *look* yang garang. Biasanya dipadukan dengan menggunakan *ankle boot*. Di tahun 1995, kepopuleran *jeans* mendorong menjamurnya bisnis pertokoan yang menawarkan berbagai bentuk *jeans*. Salah satu wilayah yang penuh dengan toko-toko penyuplai *jeans* adalah kompleks pertokoan Siola. Akibat dari tingginya penawaran *jeans* kepada konsumen ini membuat ketatnya persaingan antar toko di kompleks pertokoan Siola dan pedagang harus memutar otak demi bisa bersaing dan juga mendapatkan *profit* dari barang mode populer di kalangan anak muda ini (*Surabaya Post*, 18 Oktober 1995).

## **KESIMPULAN**

Mode androgini adalah salah satu dari sekian banyak jenis mode yang berkembang pada masa Orde Baru. Perkembangan mode ini mencapai puncak

karena didukung oleh beberapa hal seperti arus media, perkembangan gerakan sosial global, serta keuntungan dari kondisi politik dalam negeri. Mendengar mode androgini tidak lengkap rasanya tidak menyebut celana dan *jeans*, karena kedua *items* tersebut adalah barang esensial dari mode tersebut. Keduanya bisa menjadi ikon dari mode androgini karena keragaman dan *versality*-nya. Dalam periode waktu 1970 hingga 1998 sendiri model celana dan *jeans* yang populer ada celana *cutbray*, celana *skinny fit*, celana kodok (*dungarees*), celana pantalon berploi, celana kulot, celana bermuda (*short/hot pants*), *yuppie style*. Bahkan, pada periode waktu tersebut ketika menyebut *jeans* tidak lagi selalu dikaitkan dengan celana melainkan juga jaket.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### **Arsip**

*Ekspres*, 7 Juni 1971.

*Femina*, 19-25 November 1998.

Inventaris Arsip Online Universitas Surabaya, *Kunjungan Mahasiswa Fakultas Farmasi Universitas Surabaya ke Hortus Medicus Tawangmangu, circa 1970-an*, Surabaya: Universitas Surabaya, 2015.

*Kawanku*, 21 September 1997.

*Kompas*, 10 Mei 1977.

*Liberty*, 21-28 Februari 1993.

*Surabaya Post*, 12 Oktober 1978.

*Surabaya Post*, 15 Juni 1976.

*Surabaya Post*, 18 Oktober 1995.

*Surabaya Post*, 2 Oktober 1978.

*Surabaya Post*, September 1989.

##### **Buku**

Arnold, R., *Fashion, Desire, and Anxiety: Image and Morality in the 20th Century*, London: I.B. Tauris Publishers, 2001.

- Barnard, M., *Fashion Sebagai Komunikasi*, Yogyakarta: Jalasutra, 2011.
- Davis, Fred, *Fashion, Culture, and Identity*, Chicago: University of Chicago Press, 1994.
- Downey, L., *Levi Strauss and Co.*, California: Arcadia Publishing, 2009.
- English, B., *A Cultural History of Fashion in the 20th and 21st Centuries*, London: Bloomsbury Publishing, 2013.
- Friedman, L., *50 Ways to Wear Denim*, California: Chronicle Books, 2016.
- Huntington, S. P., *The Clash of Civilization and the Remaking of World Order*, New York: Simon and Schuster, 1996.
- Lombard, D., *Nusa Jawa: Silang Budaya*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Lubis, F., *Jakarta 1950-an: Kenangan Semasa Remaja*, Jakarta: Masup Jakarta, 2008.
- Nordholt, H. S. (ed.), *Outward Appearance: Trend, Identitas, Kepentingan*, Yogyakarta: LKIS, 2015.
- Poespo, G., *A to Z Istilah Fashion*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Reynolds, H., *Mode Dalam Sejarah: Jaket dan Celana*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2010.
- Sartono Kartodirdjo, *Pemikiran dan Perkembangan Historiografi*, Jakarta: Gramedia, 1987.
- Sen, K., dan David T. Hill, *Media, Budaya, dan Politik di Indonesia*, Jakarta: Institut Studi Arus Informasi dan Media Lintas Inti Nusantara, 2001.
- Soedjatmiko, H., *Saya Berbelanja, Maka Saya Ada*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Sulu, P. M., *Permesta: Jejak-Jejak Pengembaraan*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1997.
- Welters, L., dan Abby Lillethun, *Fashion History a Global View*, London: Bloomsbury, 2018.

### **Jurnal**

- Aristanu, Y. dan Septina A., “Kajian Identifikasi Mengenai Ragam Musik Rock Surabaya Tahun 1967-1980 Beserta Dampak Perkembangan Musik Rock Surabaya 1967-1980”, *AVATARA* Vol. 2 No. 3, 2014, hlm. 499-506.

Bem, Sandra L., "Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing", *Psychological Review* Vol. 88 No. 4, 1981, hlm. 354-364.

Bengry, J., "Peacock Revolution: Mainstreaming queer styles in post-war Britain, 1945-1967", *Socialist History* 36, hlm. 55-68.

Dunlap, K., "The Development and Function of Clothing", *The Journal of General Psychology* Vol. 1 No. 1, 1928, hlm. 64-78.

Gronow, J., "Taste and Fashion: The Social Function of Fashion and Style", *Acta Sociologica* Vol. 36 No. 2, 1993, hlm. 89-100.

Hansen, K. T., "The World in Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion, and Culture", *Annual Review of Anthropology* Vol. 33, 2004, hlm. 369-392.

### **Tesis dan Skripsi**

Crepax, Rosa, "The Aesthetics of Mainstreaming Androgyny: A Feminist Analysis of a Fashion Trend", *Tesis*, London: Departement of Sociology Goldsmiths, University of London, 2016.

Kusumawati, D., "Mode Pakaian Laki-Laki di Surabaya Tahun 1950-2000", *Skripsi*, Surabaya: Universitas Airlangga, 2020.

Setiawan, Aditya, "*Streetwear Fashion dan Youth Culture: Artikulasi Identitas Subkultur Remaja Urban di Kota Surabaya*", *Tesis*, Surabaya: FISIP Universitas Airlangga, 2018.

Umma, W., "Mode Pakaian Wanita di Surabaya Tahun 1970-1990", *Skripsi*, Surabaya: Ilmu Sejarah FIB Universitas Airlangga, 2016.

### **Internet**

Hutari, Fandy, "Virus Kaum Hippies", diakses melalui URL <https://historia.id/kultur/articles/virus-kaum-hippies-PKkgQ> pada 26 Desember 2021 pukul 13.04 WIB.