

Chanel sebagai Representasi Modal Simbolis dalam Novel “The Devil Wears Prada” Karya Lauren Weisberger

Chanel as a Symbolic Capital Representation in “The Devil Wears Prada” Novel by Lauren Weisberger

Frisila Agvi Nurhusna Syarifudin¹,
Nenden Rikma Dewi S.

Program Studi Sastra Inggris, Universitas Komputer Indonesia
Bandung

¹frisilaagvinsy@gmail.com

Riwayat Artikel: Dikirim 30 Juli 2018; Diterima 25 Juni 2019; Diterbitkan 30 Juni 2019

ABSTRAK

Kajian ini menggunakan novel karya Lauren Weisberger berjudul *The Devil Wears Prada* dan berfokus pada modal simbolis yang muncul pada merek Chanel. Sebagai salah satu merek dagang ternama di dunia, Chanel memusatkan produksinya berupa pakaian dan tas yang mewah dan terbatas. Dua hal itu saja mampu memberikan prestise tersendiri kepada setiap pemiliknya, sehingga memberikan keuntungan bagi mereka berupa reputasi dan status. Terlebih lagi, dengan naiknya status seseorang, ia akan menjadi salah satu bagian dari masyarakat kalangan kelas atas. Dengan menunjukkan bahwa status sosial seseorang dapat meningkat di suatu habitus dapat mengarahkan bahwa Chanel memiliki pengaruh yang besar bagi para pemiliknya. Melalui kepemilikan Chanel seseorang dapat dengan mudah memperoleh reputasi dan status sosial dan diakui keberadaannya, terlebih lagi apabila ia memiliki salah satu produk Chanel yang terbatas dan tidak dijual bebas. Teori yang digunakan dalam analisis adalah teori tentang modal simbolis berbentuk prestise dari Pierre Bourdieu, dengan penerapan metode metode kualitatif berdasarkan gagasan Sugiyono. Adapun tujuan dari kajian ini adalah untuk menunjukkan faktor-faktor yang mendukung Chanel sebagai representasi modal simbolis yang dimiliki oleh orang-orang pada industri fesyen maupun masyarakat luas. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada kajian ini, sebuah simpulan dapat sarankan bahwa Chanel merupakan sebuah representasi dari Modal Simbolis yang dimiliki suatu kalangan di habitus tertentu berupa materi yang mengandung prestise sehingga bisa menaikkan reputasi serta status pemiliknya.

Kata kunci: Chanel, modal simbolis, prestise

ABSTRACT

This study uses Lauren Weisberger's novel The Devil Wears Prada and focuses on the symbolic capital that appears on the Chanel brand. As one of the world's leading trademarks, Chanel focuses its production of luxury and limited clothing and handbags. This two things could give its own prestige to each owner, thus providing benefits for them in the form of reputation and status. Moreover, by the rise of someone's status, they will be on same part of the upper class society. By showing that a person's social status can increase in a habitus could direct that Chanel has a great influence on the owners. Through Chanel's ownership, someone can easily gain reputation and social status and be acknowledged to exist, even more if they has one of Chanel's limited products and the products that not for sell freely. Theory about symbolic capital in the form of prestige of Pierre Bourdieu is used in the analysis, with the application of qualitative methods based on the idea Sugiyono. The purpose of this study is to show the factors that support Chanel as a representation of the symbolic capital possessed by people in the fashion industry as well as the wider community. Based on the analysis that has been done in this study, a conclusion can suggest that Chanel is a representation of Symbolic Capital owned by a circle in a particular habitus of prestige-containing material that can enhance the reputation and status of the owner.

Keywords: Chanel, symbolic capital, prestige

PENDAHULUAN

Perancis merupakan salah satu kiblat fesyen dunia disebabkan sejarah panjangnya yang berkaitan dengan budaya dan fesyen. Pada awal abad ke-19 Perancis telah memiliki sebuah rumah busana yang kemudian menyebabkan menyebarnya rumah busana dan sekolah-sekolah tata busana dan berbagai jenis kosmetik. Menjamurnya rumah busana dan sekolah yang memusatkan pada fesyen menjadikan Prancis, khususnya Paris, sebagai ibukota fesyen dunia. Dengan demikian, Prancis telah banyak melahirkan merek-merek pakaian terkenal, Luis Vuitton dan Chanel. Dua merek ini memiliki pengaruh tersendiri bagi para pemilik dan peminat di industri fesyen. Chanel, khususnya, merupakan merek yang terkenal dengan barang-barang mewah seperti parfum, tas, aksesoris, sepatu, dan pakaian siap pakai (Zeybek, 2013). Ketenaran Chanel di kalangan para pelaku fesyen hingga kalangan atas sebagai merek mewah membuat nama Chanel diingat sebagai merek yang memiliki harga-harga mahal.

Ini terjadi akibat reputasi Chanel sebagai pelopor barang-barang mewah dengan kualitas terbaik dan harga yang tinggi, tanpa terkecuali reputasi yang telah dibangun oleh perintisnya, Gabrielle 'Coco' Chanel. Coco Chanel merupakan perintis merek Chanel yang mengawali karirnya sebagai seorang perancang busana, diiringi dengan menjadi ikon fesyen yang terkenal dunia karena ia dianggap sebagai perancang mode revolusioner yang karyanya telah

digunakan oleh artis-artis pada jamannya sehingga Chanel mendapatkan reputasinya diantara orang-orang di kalangan atas. Dengan memiliki reputasi yang baik di industri fesyen serta kontribusinya dalam perkembangan fesyen dunia. Merek Chanel kemudian dinobatkan sebagai merek mewah yang menjadi era baru perkembangan pakaian siap pakai di dunia di abad 20 ini (Tungate, 2004). Hal ini kemudian membuat barang-barang produksi Chanel dianggap sebagai materi yang harus dimiliki oleh kalangan orang-orang kelas atas serta para pelaku fesyen di industri fesyen.

Chanel pada saat ini menjadi salah satu merek yang eksistensinya masih besar di kalangan para pelaku fesyen maupun dunia. Eksistensinya yang terus menerus mengakibatkan barang-barang yang diproduksi oleh Chanel memiliki nilai tersendiri sehingga tiap barang yang diproduksinya memiliki prestise. Prestise yang muncul dalam barang-barang bermerek inilah yang membuat Chanel dianggap sebagai materi yang harus dimiliki oleh orang-orang kalangan atas atau mereka yang ingin meningkatkan status sosialnya. Kepemilikan materi seperti barang-barang bermerek ini mengacu kepada gaya hidup para pelaku fesyen, pesohor dan masyarakat kalangan atas dalam menggunakan materi untuk merepresentasikan kemapanan yang mereka miliki. Hal ini sejalan dengan gagasan Bourdieu (1977) mengenai modal simbolis yang menyatakan bahwa modal simbolis merupakan sebuah prestise dan sesuatu yang melekat pada 'nama' sehingga materi tersebut dapat mengembalikan keuntungan ekonomi pemiliknya. Dengan demikian, ini merupakan sebuah bentuk imbal balik nilai materi paling berharga di masyarakat. Isu semacam ini muncul dan dialami oleh para pelaku fesyen di dalam novel *The Devil Wears Prada*.

Novel ini dengan jelas merepresentasikan kehidupan masyarakat kalangan atas dari berbagai golongan dan sikap konsumtif mereka terhadap barang-barang bermerek seperti Chanel. Sikap dan gaya hidup ini tergambar dari cara para pelaku fesyen menggunakan pakaian, tas, sepatu hingga aksesoris berlogo merek-merek terkenal. Para pelaku di industri fesyen ataupun kalangan atas ini mengapresiasi prestise yang terkandung pada barang-barang bermerek tersebut sehingga ketika seseorang menggunakan barang sekelas Chanel atau barang bermerek lainnya mereka akan mengklasifikasikan barang tersebut sebagai materi yang berharga. Berdasarkan pemaparan tersebut, kajian ini bermaksud untuk mengidentifikasi faktor yang menyebabkan Chanel sebagai modal simbolis pada novel *The Devil Wears Prada*.

Modal Simbolis

Modal simbolis merupakan salah satu modal yang nyata dimiliki hampir setiap orang dari kalangan tertentu. Orang-orang kelas atas memiliki modal simbolis yang mereka anggap sebagai sesuatu yang mampu

memberikan keuntungan bagi mereka. Keuntungan tersebut dapat berupa materi atau reputasi. Hal ini didukung dengan gagasan Bourdieu (1977) yaitu modal simbolis nyatanya berupa prestise dan juga berbentuk 'nama' sebagai hal yang mampu ditukar dengan keuntungan ekonomi. Dengan demikian, hal ini berarti bahwa modal simbolis merupakan modal yang berbentuk prestise. Alhasil prestise yang berbentuk barang-barang atau reputasi dari 'nama' dapat dimiliki oleh seseorang dengan status apapun.

Modal simbolis berupa prestise yang muncul dalam barang-barang bermerek merupakan salah satu hal yang dijadikan sebagai nilai yang mampu menaikkan prestise pemakainya. Hal inilah yang dicari oleh banyak orang yang mengkonsumsi barang-barang bermerek karena prestise yang muncul pada barang-barang bermerek yang mereka miliki akan berdampak pada naiknya prestise mereka para pemiliknya sehingga mereka akan mengklasifikasikan diri mereka pada golongan orang-orang yang memiliki prestise yang sama.

Chanel merupakan salah satu bentuk dari munculnya barang-barang bermerek sebagai representasi materi yang dimiliki oleh orang-orang dari kalangan atas. Orang-orang kelas atas memiliki gaya hidup yang memiliki tingkat konsumsi tinggi terhadap barang-barang bermerek. Tingkat konsumsi yang mereka miliki ini tidak terlepas dari bagaimana anggapan mereka bahwa barang-barang bermerek memiliki nilai prestisenya sendiri. Nilai prestise inilah yang membuat barang-barang bermerek dianggap sebagai materi yang nantinya bisa memberikan keuntungan kepada pemiliknya. Materi merupakan salah satu bentuk dari modal yang harus dimiliki oleh orang-orang dari kalangan atas, yang kemudian disebut sebagai modal simbolis.

METODE

Pada kajian ini, metode penelitian kualitatif digunakan untuk melakukan pembacaan, penelaahan dan penganalisisan data yang diambil dari novel. Berdasarkan gagasan Sugiyono (2006:3), metode kualitatif merupakan metode yang menekankan kepada makna. Artinya metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang memiliki makna mendalam. Makna yang terkandung pada data merupakan suatu nilai yang muncul dibalik data yang terlihat. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa, penggunaan metode kualitatif ini digunakan untuk mencari data melalui makna mendalam yang tersirat dari data yang tampak sebenarnya.

Pada pelaksanaannya metode kualitatif diterapkan untuk mencari data dengan membaca data tersebut dan menganalisis makna yang terkandung di dalam data tersebut. Makna yang muncul dalam data tidak semuanya terlihat dengan jelas, oleh karena itu dibutuhkan penelaahan terlebih dahulu sebelum penulis mengambil data tersebut untuk diteliti. Data yang telah rampung,

kemudian diklasifikasi kembali sehingga hanya menunjukkan data Chanel dan isu modal simbolis. Berdasarkan pengklasifikasian ini, data kemudian dianalisis dengan menerapkan gagasan Bourdieu mengenai modal simbolis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Modal simbolis berupa materi yang muncul dalam barang-barang bermerek seperti Chanel direpresentasikan dalam beberapa bagian pada novel *The Devil Wears Prada*. Dalam novel ini, modal simbolis muncul pada merek Chanel yang digunakan oleh para pelaku fesyen diantaranya Miranda Priestly, Andrea Sasch, dan beberapa pekerja *Runway* lainnya. Para pelaku fesyen seperti para pekerja *Runway* merupakan orang-orang yang memiliki ketertarikan dan selera tersendiri terhadap barang-barang bermerek seperti Chanel. Chanel memiliki beberapa faktor yang bisa membuatnya dikenal sebagai salah satu merek mewah dengan reputasinya yang tinggi.

Dalam kemunculannya di industri fesyen, Chanel dirintis oleh seorang desainer busana bernama Gabrielle ‘Coco’ Chanel. Gabrielle dikenal dengan sebutan Coco Chanel ini merupakan salah satu ikon fesyen yang namanya dikenal di seluruh dunia terutama di Paris. Paris merupakan salah satu kiblat fesyen dunia yang memiliki begitu banyak rumah busana ternama serta sekolah fesyen yang kemudian banyak memunculkan produk dan model terkenal. Melalui kondisi budaya dan fesyen di Paris, ikon fesyen dunia bermunculan, tanpa terkecuali merek-merek pakaiannya. Salah satu merek pakaian asal Paris yang diakui di dunia adalah Chanel.

Merek Chanel memiliki reputasi besar yang didapat dari perintisnya sehingga membuatnya dikenali sebagai salah satu ikon fesyen. Coco dapat memberikan pengaruh melalui cara berpakaian dan busana rancangannya yang tidak lekang oleh masa. Coco berhasil mengubah cara pandang masyarakat mengenai busana berwarna hitam sebagai sebuah gaya yang elegan dan anggun untuk dikenakan pada malam hari. Gaun malam hitam rancangan Coco berhasil menjadi rancangan revolusioner di Paris dan menjadi seorang perancang khusus bagi para penari balet (biography.com., 2018). Munculnya nama Coco di dunia hiburan kemudian mampu membuat semua rancangan Coco yang diberi nama Chanel menjadi tren bagi sebagian kalangan yang memiliki selera berkelas.

Coco kemudian dengan cepat dikenali sebagai ikon yang memiliki kecerdasan dan kemampuan di bidang fesyen dan pembuatan pakaian siap pakai. Kemampuan yang ia miliki ini dikembangkannya pada area yang tepat bersama orang-orang terbaiknya untuk mengembangkan *marketing* mereka dalam merek Chanel. Melalui kerja keras Coco bersama timnya, Chanel berhasil menjadi merek mewah dan digemari kalangan kelas atas. Hal inilah yang menjadi sebab mengapa nama ‘Coco Chanel’ banyak diabadikan pada

nama-nama tertentu salah satunya nama kamar pada salah satu hotel di Paris dalam novel *The Devil Wears Prada*.

“*She is in the Coco Chanel suite.*” (Weisberger, 2003, p. 326)

Kutipan di atas terjadi ketika Andrea, seorang asisten penyunting senior di majalah fesyen bernama *Runway*, telah sampai di Paris. Sesaat setelah menunggu untuk mengambil bagasi. Andrea menyadari bahwa seorang utusan Miranda—atasan Andrea yang memiliki pengaruh besar pada dunia industri fesyen—telah menjemputnya. Andrea mengetahui hal itu melalui cara utusan Miranda berpakaian elegan serta melambaikan kertas bertuliskan nama Andrea. Sebagai asisten pribadi Miranda, Andrea dapat memperoleh akses di beberapa tempat eksklusif dan keistimewaan untuk menghubungi Miranda di jalur pribadinya. Salah satu akses yang digunakan Andrea adalah saat utusan Miranda menjelaskan tempat Miranda beristirahat adalah kamar *suite* Coco Chanel.

Berada di kamar eksklusif yang diberi nama seorang perancang busana ternama dapat dikatakan sebagai suatu kebanggaan dan dinantikan oleh setiap pelaku industri fesyen. Dipilihnya nama ‘Coco Chanel’ untuk nama sebuah kamar *suite* merupakan sebuah apresiasi yang baik untuk Coco. Kamar *suite* merupakan kamar terbaik dalam sebuah hotel, di dalamnya terdapat fasilitas-fasilitas terbaik dan mewah. Sebagian besar kamar *suite* di hotel-hotel ternama dipesan dan ditempati oleh orang-orang dari kalangan atas. Hal ini menjadi alasan harga sewa untuk per malam kamar *suite* lebih mahal dibanding kamar-kamar lainnya. Penggunaan ‘Coco Chanel’ pada kamar *suite* yang biasa digunakan oleh orang-orang kelas atas seperti Miranda ini merepresentasikan prestise yang muncul dari nama ‘Coco Chanel’ dan diabadikan kedalam nama sebuah kamar. Dengan demikian, hal itu dianggap sebagai cara pihak hotel mengapresiasi eksistensi Coco sebagai ikon fesyen dunia dan kontribusinya terhadap fesyen melalui merek Chanel. Dalam hal ini tidak hanya para pelaku fesyen yang memperoleh prestise dari nama Chanel, melainkan juga hotel tempat suite Coco Chanel berada.

Melalui nama Chanel, berbagai produk mewah dan terbatas memiliki nilai yang tinggi. Chanel sendiri pada mulanya hanya bergerak di bidang busana dan segala kelengkapannya, namun Chanel berkembang dan memiliki berbagai produk. Adapun produk yang dikembangkan oleh Chanel meliputi tas, sepatu, riasan wajah, dan pakaian. Produk-produk yang diproduksi oleh Chanel ini dibandrol dengan harga tinggi dan memiliki kualitas terbaik sehingga menjadi barang-barang yang digandrungi oleh para pelaku fesyen maupun kalangan atas. Hal itu dapat diketahui melalui kutipan di bawah ini,

“*She picked up a matching quilted Chanel purse and placed the chain handle over her shoulder.*” (Weisberger, 2003, p. 335)

Kutipan ini terjadi ketika Miranda Priestly—seorang penyunting senior majalah Runway—meminta Andrea untuk menyiapkan dokumen pidato untuk Miranda bacakan pada sebuah acara besar dan dihadiri berbagai kalangan. Andrea menyelesaikan lembar pidato itu dan menyerahkannya kepada Miranda sebelum mereka berangkat ke tempat acara berlangsung. Pada saat ini juga Andrea, secara terperinci mendefinisikan pakaian yang dikenakan Miranda sebagai seorang pelaku fesyen yang namanya telah dikenal. Seorang penyunting majalah fesyen tentunya memiliki selera dan kelas yang tinggi sehingga tentunya cara berpakaian Miranda tidak terlepas dari pakaian-pakaian bermerek. Caranya berpakaian kemudian menjadi representasi materi yang dimiliki Miranda serta menunjukkan statusnya di kalangan para pelaku industri fesyen. Salah satu barang bermerek yang dikenakan Miranda adalah tas berlapis dari Chanel.

Chanel memiliki salah satu desain tas dengan ciri khasnya yang masih diminati hingga saat ini dan terdapat pada kutipan, “*a matching quilted Chanel purse*”. Tas seri ini selalu menjadi *best seller* di antara penjualan produk-produk Chanel lainnya. Rancangannya yang klasik dengan kualitas dari bahan kulit terbaik sudah cukup menjadi kriteria tingginya nilai tas Chanel ini. Akan tetapi, rumah busana Chanel pun mengedepankan proses dan cara pembuatan yang sangat presisi dan apik sehingga setiap produk Chanel memiliki perawatan terbaik dari tahap awal pembuatan hingga akhir. Akumulasi dari seluruh hal itu menjadikan tas Chanel memiliki nilai yang besar untuk sekelas tas tangan. Setiap penggemar Chanel memahami dan mengetahui bahwa bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku terbaik dan memiliki kualitas sangat tinggi.

Oleh karena itu, Chanel selalu memerhatikan kondisi dan kualitas bahan baku dari setiap barang yang akan diproduksinya. Hal ini penting untuk dilakukan sebab bahan baku merupakan tahap awal dari pembuatan tas dengan kualitas terbaik. Bahan baku kulit dengan kualitas terbaik membuat tas ini mampu bertahan lama. Pemilihan warna pada tas ini juga merupakan hal penting untuk membuat tas tersebut sesuai dengan selera konsumen. Salah satu keunggulan Chanel adalah setiap produk yang dibuatnya dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tanpa mengurangi kualitas dari produk. Hal ini mengarah kepada Tas tangan klasik buatan Chanel ini memiliki warna hitam sebagai ciri khasnya, selain warna hitam yang menjadi ciri khas, tas tangan ini juga memiliki ciri khas berupa rantai berwarna emas yang melengkapinya. Warna hitam merupakan salah satu warna yang merepresentasikan keeleganan, dikombinasikan dengan warna emas yang merepresentasikan sisi glamor dari warna hitam membuat tas ini diminati oleh kalangan atas. Hal ini dipicu berdasarkan selera kalangan atas yang hampir seluruhnya mengapresiasi warna-warna elegan, seperti warna hitam dan emas. Selain itu, hitam dan emas merupakan salah satu warna khas dan kegemaran

Chanel selain beige, putih, dan merah. Warna-warna seperti beige merupakan representasi dari sisi natural dan elegan, selain beige, Chanel memiliki warna yang menjadi ciri khasnya seperti putih yang merepresentasikan kemurnian dan keindahan serta warna merah yang melambangkan kehidupan, beranian dan energi. Hal inilah yang membuat barang-barang Chanel dengan warna selain warna ciri khasnya memiliki harga lebih tinggi lagi dari barang-barang dengan warna ciri khasnya (Cadet, 2017).

Ciri khas inilah menjadikan tas ini sebagai tas dengan prestise yang tinggi karena selain kualitas yang baik dan pengerjaannya yang sangat teliti tas ini menjadi idaman perempuan di kalangan atas. Hal tersebut menjadi alasan tas-tas produksi Chanel dapat dikatakan sebagai materi yang dimiliki oleh kalangan yang mampu memilikinya.

Miranda Priestly merupakan salah satu pelaku fesyen yang mampu memiliki begitu banyak barang-barang mahal sekelas Chanel. Pengerjaannya sebagai seorang kepala editor di majalah fesyen ternama di New York bernama *Runway* menjadikan dirinya memiliki banyak barang-barang tersebut sebagai materi yang ia kenakan sehari-hari. Seperti pada kutipan di bawah ini,

“I’ll need my Chanel suit pressed for tonight, since it was practically ruined with wrinkles on the flight over.” (Weisberger, 2003, p. 329)

Kutipan di atas terjadi ketika Miranda menghubungi Andrea untuk menyetrika setelan pakaian bermerek Chanel miliknya sesaat setelah sampai di Paris. Setelan Chanel miliknya berkerut karena perjalanan yang panjang dari Manhattan, Amerika Serikat, ke Paris, Perancis. Bagi Miranda tampil dengan pakaian bermerek Chanel tidak hanya sekedar memakainya tapi tampil rapi dengan barang bermerek akan meningkatkan kepercayaan dirinya. Selain itu Miranda memilih Chanel sebagai pilihan untuk pakaian yang ia kenakan pada jamuan makan malam karena acara tersebut dilaksanakan di Paris, dimana Paris merupakan tempat lahirnya Coco Chanel dan berdirinya rumah busana Chanel. Hal lain yang membuat Miranda memilih Chanel adalah posisi Miranda sebagai seorang editor fesyen ternama, sehingga ia akan menggunakan kesempatan tersebut untuk memberi apresiasi kepada Chanel sebagai ikon fesyen dunia.

Miranda merupakan wanita yang dapat digolongkan sebagai kalangan atas yang memiliki selera terhadap barang-barang bermerek salah satunya adalah setelan bermerek Chanel yang akan digunakannya pada salah satu acara malamnya di Paris. Seperti terdapat pada pernyataan, *“I’ll need my Chanel suit pressed for tonight?”* Acara malam memang biasanya berhubungan dengan acara *gala dinner* seperti yang biasa orang-orang dari kalangan atas lakukan. Acara ini adalah waktu dimana Miranda akan bertemu dengan kolega-koleganya untuk jamuan makan malam.

Pemilihan pakaian yang dikenakan Miranda pada acara malam ini merepresentasikan statusnya yang tinggi yaitu dengan pemilihan setelan bermerek Chanel yang diketahui memiliki harga fantastis. Sudah sejak lama Chanel diketahui memproduksi barang-barang dengan harga yang terbilang mahal untuk ukuran atasan, rok, atau gaun malam. Salah satu produksi Chanel yang terbilang mahal selain adalah setelan formalnya. Setelan formal biasa digunakan untuk acara-acara resmi seperti jamuan makan malam dan acara-acara resmi lainnya. Hal ini yang memicu mahalnya harga setelan formal pada merek-merek ternama seperti Chanel karena pakaian-pakaian tersebut dibuat dengan kualitas dan desain terbaik sehingga bisa memunculkan persepsi yang baik bagi penggunanya. Keadaan ini ditambah dengan kebiasaan bagi para kalangan kelas atas yang memanfaatkan jamuan makan malam sebagai sarana pertemuan dengan kolega-kolega mereka. Hal inilah yang menjadi arena bagi orang-orang kelas atas untuk menampilkan penampilan mereka yang hampir semua didominasi oleh pakaian-pakaian bermerek yang memiliki harga tinggi. Salah satu merek yang biasanya digunakan oleh kalangan atas ini adalah Chanel.

Dalam kemunculannya pada industri fesyen, Chanel telah memiliki begitu banyak produk yang mampu bersaing dengan banyak merek-merek terkenal di dunia. Ini didasari dari kualitas dari bahan baku produk-produk Chanel hingga desainnya yang klasik namun modis membuat Chanel memiliki banyak pelanggan setia.

Pelanggan-pelanggan merek Chanel rata-rata datang dari kalangan atas yang memang memiliki ketertarikan konsumtif terhadap barang-barang bermerek. Barang-barang bermerek seperti gaun malam dan pakaian siap pakai lainnya menjadi ciri khas pakaian yang diproduksi oleh Chanel. Oleh karena itu orang-orang yang akan membeli produk dari merek Chanel sudah harus siap dengan uang yang mereka miliki untuk mendapatkan pakaian dengan merk Chanel ini. seperti yang terdapat pada kutipan di bawah ini,

*“You’re wearing black, right? Insist on Chanel Ruby Red. **Just tell her to bill us.**”*
(Weisberger, 2003, p. 278)

Kutipan diatas terjadi ketika Allison dan Andrea bersiap untuk pergi ke suatu acara. Allison mengatakan bahwa Miranda menginginkan Andrea yang seharusnya menggunakan gaun hitam untuk menggantinya dan menggunakan gaun berwarna merah rubi dari merk Chanel. Allison mengatakan bahwa Miranda harus membayar gaun tersebut untuk mereka karena mereka terpaksa menggunakan gaun dengan warna berbeda dari yang lain sedangkan Miranda meminta Andrea untuk menggunakan gaun berwarna merah rubi dari Chanel.

Gaun dari merek Chanel memang memiliki kisaran harga yang lebih mahal dari kebanyakan gaun dari merek lainnya. Chanel memiliki reputasi sebagai merek mewah dengan kualitas yang baik sehingga menjadi alasan banyak barang-barang produksi Chanel yang dipasarkan dengan harga tinggi. Hal inilah yang menyebabkan barang-barang Chanel kebanyakan dikonsumsi oleh kalangan atas yang mampu membelinya, termasuk salah satunya Miranda Priestly.

Miranda Priestly merupakan salah satu pelaku fesyen yang akrab dengan barang-barang bermerek sekelas Chanel. Miranda juga mengharapkan bahwa para pekerjanya untuk akrab dengan barang-barang bermerek mengingat mereka bekerja pada industri dimana kemampuan untuk mengenali barang-barang dengan merek terkenal dibutuhkan. Sehingga ia akan menyuruh pekerjanya untuk menggunakan barang-barang bermerek seperti yang ia kenakan.

Allison yang telah lama bekerja untuk Miranda sangat mengetahui selera bosnya tersebut sehingga ia berani untuk mengatakan biar Miranda yang membayar tagihan untuk pakaian yang mereka kenakan, seperti pada pernyataan, *“Just tell her to bill us.”* Kalimat ini mengindikasikan bahwa mereka membiarkan Miranda membayar tagihan pada gaun mahal bermerek Chanel yang Andrea kenakan. Ini terjadi sebagai akibat dari keinginan Miranda uang menginginkan para pekerjanya untuk tampil sesuai dengan apa yang ia inginkan.

Keinginan Miranda bagi Andrea untuk menggunakan gaun merah rubi dari Chanel ini tidak terlepas dari reputasinya sebagai seorang yang mahir dalam urusan fesyen. Kemahirannya ini membuatnya menginginkan para pekerjanya untuk bisa bekerja dan tampil sebagai seseorang yang merepresentasikan industri dimana ranah mereka bekerja yaitu industri fesyen.

Dengan demikian, alasan Allison berkata untuk membiarkan Miranda membayar tagihan untuk pakaian Andrea adalah dikarenakan ia mengetahui kalau pakaian-pakaian bermerek Chanel merupakan pakaian yang memiliki harga tinggi sehingga ia tau bahwa Miranda adalah orang yang tepat untuk membayar tagihan yang mereka dapatkan ketika menggunakan gaun bermerek Chanel tersebut.

KESIMPULAN

Paris sudah lama dikenal sebagai kiblat fesyen dunia, dan dari sanalah banyak merek-merek fesyen muncul sejalan dengan perkembangan fesyen dunia. Salah satu merek pakaian yang dikenal dunia sebagai salah satu pelopor

pakaian siap pakai adalah Chanel. Chanel merupakan salah satu merek pakaian mewah yang sudah dikenal sejak lama karena perintisnya yang merupakan seorang ikon fesyen dunia. Gabrielle ‘Coco’ Chanel merupakan perintis merek Chanel yang namanya telah dikenal banyak kalangan di dunia karena perjuangannya mengembangkan pakaian siap pakai. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa Chanel dianggap sebagai salah satu merek yang sangat berpengaruh di industri fesyen maupun dunia.

Pengaruh yang ditimbulkan oleh Coco Chanel ini membuat merek Chanel memiliki harga yang tinggi untuk pakaian-pakaian siap pakai. Hampir seluruh produk-produk yang diproduksi oleh Chanel memiliki harga yang mahal dikarenakan pasarnya yaitu kalangan orang-orang kelas atas. Hal inilah yang menyebabkan Chanel dianggap sebagai salah satu materi yang memiliki prestise yang memberikan keuntungan bagi para pemakaiannya. Dianggapnya Chanel sebagai materi ini tidak terlepas dari berbagai faktor yang mendukungnya diantaranya, sejarah Chanel yang merupakan merek buatan Gabrielle ‘Coco’ Chanel, seorang ikon fesyen dunia. Selain sejarah dari merek Chanel, Chanel memiliki beragam produk dengan desain yang mengikuti perkembangan jaman serta kualitas dari bahan bakunya yang terbaik sehingga membuat Chanel dikenal memiliki kualitas produk yang baik. Desain dan kualitas yang baik inilah yang membuat Chanel memiliki harga yang tinggi.

Prestise yang dimiliki Chanel ini membuatnya dianggap sebagai materi bagi sebagian orang. Materi inilah yang dibutuhkan orang-orang untuk dikenal pada kalangan tertentu, sehingga akan berakibat pada reputasi mereka pada kalangan dimana mereka berinteraksi. Hal inilah yang membuktikan bahwa Chanel merupakan representasi dari modal simbolis yang dimiliki orang-orang untuk memberikan keuntungan bagi kehidupan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice* (Vol. 16). Cambridge university press.
- Cadet, Dayana. 2014. *Chapter 11: The Colours of CHANEL*. <http://kaonlinemagazine.com/chapter-11-the-colours-of-chanel/>
- Sugiyono, M. P. P. P. K. (2007). *Kualitataif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Tungate, M. (2008). *Fashion brands: branding style from Armani to Zara*. Kogan Page Publishers.
- Weisberger, Lauren. (2003). *The Devil Wears Prada*. London: The Harper Collins Publisher.
- Zeybek, I. (2013). *Locality Transmission Of Global Luxury Brands: Chanel No: 5 Perfume Commercial And Interculturality*. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 3(4), 12-19.