

**GENDERLESS FASHION SEBAGAI CARA  
MENGEKSPRESIKAN DIRI**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana**

**Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya**

**Universitas Islam Indonesia**

**Oleh**

**LUTHFIYYAH MAAHIRAH**

**19321210**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

***Genderless Fashion* sebagai Cara Mengekspresikan Diri**

Disusun oleh  
**LUTHFIYYAH MAAHIRAH**  
**19321210**

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan  
dihadapan tim penguji skripsi.

Yogyakarta, 4 Juni 2023

Dosen Pembimbing Skripsi,

  
**Puji Rianto S.I.P., M.A.**

**NIDN 0503057601**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

***Genderless Fashion* sebagai Cara Mengekspresikan Diri**

Disusun oleh

**LUTHFIYYAH MAAHIRAH**

**19321210**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam

Indonesia

Tanggal : 4 Juli 2023

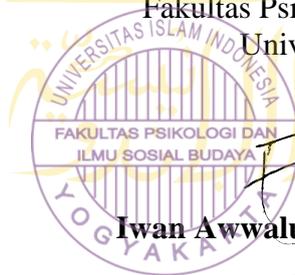
Dewan Penguji :

1. Ketua : Puji Rianto S.I.P., M.A.  
NIDN 0503057601
2. Anggota : Holy Rafika Dhona, S.Ikom., M.A.  
NIDN 0512048302



Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia.



  
**Iwan Awwaluddin Yusuf, S.I.P., M.Si., Ph.D**  
**NIDN 0506038201**

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Luthfiyyah Maahirah

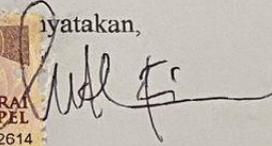
Nomor Mahasiswa : 19321210

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa,

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, membuat skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 4 Juni 2023

nyatakan,  
  
C9CB0AKX481962614

Luthfiyyah Maahirah

19321210

## **MOTO**

Cara terbaik untuk memprediksi masa depan adalah membuatnya.

## **PERSEMBAHAN**

Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Bapak Profesor Fathul Wahid S.T., M.Sc., selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku dekan FPSB Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph., selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Puji Rianto S.I.P., M.A, selaku dosen pembimbing skripsi akademik, dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, kritik, serta saran selama pembelajaran dan proses penyusunan tugas akhir.
5. Bapak/ Ibu jajaran staf program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
6. Kedua Orangtua saya, bapak Muhammad Azhari dan ibu Khadijah, yang senantiasa mendoakan saya sehingga berada di posisi sekarang.

7. Teman- teman saya Rizka, Ana, Kania, dan Salwa yang mampu berjuang bersama, memberikan semangat serta, membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Rayn, Ramon, Juraiz, Andra, dan Syifa yang telah meluangkan waktu, dan membantu saya memperoleh data penyusunan tugas akhir.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir berjudul “*Genderless Fashion* sebagai Cara Mengekspresikan Diri”.

Skripsi ini telah disusun secara maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pengerjaannya. Maka dari itu, saya menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan skripsi ini.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka saya menerima segala kritik juga saran dari pembaca agar saya dapat memperbaiki skripsi ini.

Akhir kata saya berharap semoga skripsi tentang “*Genderless Fashion* sebagai Cara Mengekspresikan Diri” dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Yogyakarta, 4 Juni 2023

Luthfiyyah Maahirah

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	iii
MOTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	1
BAB I .....	3
A. Latar Belakang.....	3
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian .....	14
E. Penelitian Terdahulu .....	14
F. Landasan Teori .....	18
G. Metode Penelitian .....	24
BAB II .....	27
Profil Akun <i>Instagram</i> Societyoutfit.id .....	27
BAB III .....	34
A. Hasil Penelitian .....	34
Tabel I. Motif dibalik pemakaian <i>fashion</i> .....	57
Tabel II. Konstruksi Identitas.....	61
B. Diskusi .....	62
BAB IV.....	71
KELEMAHAN .....	74
SARAN .....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN .....	83

## DAFTAR TABEL

Tabel I .....	57
Tabel II .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Harrow school boys, 1951 .....	5
Gambar 2: Penyanyi Avril Lavigne membawakan gaya Emo dan Gothic .....	7
Gambar 3: Harry Style pada cover Vogue US.....	10
Gambar 4: Penampilan Jefri Nichol pada acara FFI.....	11
Gambar 5: Style boyish Sivia Azizah di postingan akun Instagramnya.....	11
Gambar 6: Profil akun Instagram societyoutfit.id .....	33
Gambar 7 : Contoh foto yang diposting pada akun Instagram informan sebagai pelaku genderless fashion. ....	36
Gambar 8 : Postingan pada akun Instagram yang menjadi role model informan. ....	49
Gambar 9 : Foto personil NCT dan BTS menggunakan make-up dan menari saat perform di atas panggung. ....	52

## ABSTRAK

19321210

**Maahirah, Luthfiyyah (2023) *Genderless Fashion* sebagai Cara Mengekspresikan Diri (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.**

Pada dasarnya, perkembangan gaya berpakaian akan selalu berulang mengikuti zaman, salah satunya *genderless fashion*. Saat ini, *genderless fashion* mulai kembali tren khususnya di Indonesia, dan beberapa artis mulai mempopulerkan gaya tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dibalik pemakaian *genderless fashion* dan bagaimana konstruksi identitas pelaku *genderless fashion*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan pengumpulan data diperoleh dengan cara observasi, juga wawancara mendalam kepada lima pelaku *genderless fashion* pada komunitas akun *Instagram* societyoutfit.id yang berada di Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui pemakaian *genderless fashion* pelaku ingin memperlihatkan identitas diri yang bebas dan motif dibalik pemakaiannya adalah mereka ingin menunjukkan ke publik bahwa tidak terdapat penggolongan *gender* terhadap pemakaian *fashion*. *Genderless fashion* menjadi bentuk dari pengekspresian diri pelaku *genderless fashion*.

***Kata Kunci* : Genderless Fashion, Konstruksi Identitas, Motif, Bebas**

## **ABSTRACT**

**19321210**

**Maahirah, Luthfiyyah (2023) *Genderless Fashion as a Way of Self Expression* (Undergraduate Thesis). Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Indonesian Islamic University.**

Basically, the development of clothing styles will always repeat itself with the times, one of which is genderless fashion. Currently, genderless fashion is starting to trend again, especially in Indonesia, and several artists are starting to popularize this style. This study aims to find out the motives behind the use of genderless fashion and how genderless fashion actors' identities are constructed. This research is qualitative research with a constructivism paradigm and data collection was obtained by means of observation, as well as in-depth interviews with five genderless fashion actors in the *societyoutfit.id* Instagram account community in Yogyakarta.

The results of the study show that through the use of genderless fashion, actors want to show a free self-identity and the motive behind their use is that they want to show the public that there is no gender classification for the use of fashion. Genderless fashion is a form of self-expression for genderless fashion actors.

***Keywords* : *Genderless Fashion, Identity Construction, Motives, Freedom***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pakaian adalah salah satu simbol dan *gender* yang berguna dalam mempertahankan atau melenyapkan batas simbolik pandangan masyarakat (Trisnawati, 2011). Pakaian *genderless fashion* adalah suatu konsep gaya berpakaian yang memudahkan batasan *gender* yakni baik wanita maupun pria dapat mengenakan pakaian tanpa adanya batasan *gender* (Barnard, 1996). Bancroft (dalam Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh, 2019) berpendapat bahwa kata “seks” mengacu pada pembeda biologis antara wanita dan pria sedangkan, kata “*gender*” dikonstruksikan bukan sebagai bipolar tetapi sebagai konsep sosial. Menurut Risma dan Davis (dalam Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh, 2019) adanya perspektif baru yang telah membantu mengembangkan pikiran dari stereotip seksual yang didefinisikan secara budaya untuk pria dan wanita dalam mode.

Pada abad ke-18 saat Revolusi Perancis dan Revolusi Industri merubah politik sosial di Eropa, muncullah kesadaran masyarakat tentang persepsi cara berpakaian antara wanita dan pria. Adanya celana yang membuat aktivitas pria terasa lebih nyaman, kemudian celana dapat membangun karakteristik pria yang kuat dan akhirnya, celana menjadi pembeda status sosial pria dan wanita. Selain itu, penggunaan korset dan rok tebal pada wanita secara tidak langsung mencerminkan status dan kekayaan pasangan wanita dan pria (Yan dan Kim, 2022: 4). Menurut

Yu-Lu dalam jurnal yang sama mengungkapkan, disaat status sosial wanita meningkat, beberapa wanita mulai menuntut hak atas kesetaraan *gender*. Bersamaan dengan situasi masa perang dimana pasokan kain dan bahan langka, wanita tidak punya waktu untuk memperhatikan pakaian mereka. Dengan demikian, pakaian wanita menjadi lebih sederhana dan fungsionalitas seperti kehangatan ditekankan. Salah satu contoh munculnya desain bahu yang berbeda dengan siluet lengkung busana wanita yang ada yaitu gaya seragam militer. Dengan cara ini, gaya unik tanpa *gender* yang lahir selama dua perang dunia terus-menerus diinterpretasikan kembali dalam mode tanpa *gender modern* dan tren ini berulang. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa Perang Dunia I dan II mempromosikan pakaian tanpa *gender* bersamaan dengan modernisasi pakaian wanita (Yan dan Kim, 2022: 4)

Rouse (dalam Barnard, 1996) berpendapat, bahwa pakaian dapat membentuk ide masyarakat dalam memandang pria dan wanita. *Fashion* dapat berperan sebagai proses sosialisasi berdasarkan jenis kelamin atau *gender*, kasus pakaian sebagai cara mendefinisikan identitas jenis kelamin dan *gender* memang sudah ada, namun kasus tersebut termasuk bentuk dari sikap atau citra pria dan wanita dibuat dan diproduksi (Barnard, 1996). Walaupun begitu, tidak semua pakaian merujuk pada *fashion*. Misalnya, pakaian keagamaan di beberapa negara seperti, pakaian Ihram ketika Haji, serta pakaian yang digunakan Paus ketika Misa, dan sebagainya yang tidak dipengaruhi oleh perubahan *fashion*. *Fashion* dapat

dikategorikan sebagai sesuatu yang *happening* atau menyesuaikan jamannya (Barnard, 1996).



Gambar 1: *Harrow school boys*, 1951.

Pada abad-19 perubahan *fashion* menjadi lebih aktif. *Fashion* mulai digolongkan berdasarkan kelas tertentu. Contohnya pada gambar 1, pakaian seragam murid sekolah umum Harrow, barat laut London pada 1951 (Barnard, 1996). Murid laki-laki yang menggunakan topi menandakan golongan kelas atas dan murid yang menggunakan pet menandakan golongan kelas bawah. Hal ini membentuk himpunan paradigmatik yang dapat mengkonstruksi tingkatan kelas tertentu. Pembantu rumah tangga yang menggunakan seragam dapat menegaskan perbedaan identitas kelas antara pelayan dan nyonya. Nyonya digolongkan menjadi

kelompok kapitalis yang dapat menentukan apa yang layak untuk mereka konsumsi. Pakaian seragam perusahaan stasiun kereta api yaitu seragam kepala stasiun, portir, kondektor, dan penjaga barang juga berbeda. Perbedaannya terdapat pada penggunaan bahan-bahan material pada seragam mereka. Contohnya, kancing baju yang dikenakan oleh kepala stasiun terbuat dari domba Anggora, kancing kondektur terbuat dari lapisan yang mengkilap, sedangkan kancing penjaga barang terbuat dari tanduk dan kancing portir terbuat dari baja putih. Dari fenomena perbedaan kancing tersebut dapat terlihat perbedaan status antara kepala stasiun dan portir (Barnard, 1996).

Kemudian, pada tahun 1960-an, tren tanpa *gender* mulai menyebar di negara-negara Barat (Yan dan Kim, 2022). Selain itu, berbagai tren sosial dan budaya yang muncul pada saat itu, seperti pembebasan seksual, kebebasan seksual, homoseksualitas, budaya hippie dan jalanan, dan budaya hip-hop, memiliki pengaruh besar pada anak muda yang menganut “anti-fashion”. Di bawah pengaruh tren budaya ini, kaum muda tidak lagi menggolongkan pakaiannya sesuai dengan *gender* mereka dan mulai mencoba menerobos tradisi. Misalnya, wanita mengenakan *T-shirt* netral, mengenakan *skinny jeans*, dan sepatu Boots, mereka mulai melepaskan diri dari koordinasi tradisional (Yan dan Kim, 2022).

Kebanyakan masyarakat mengetahui bahwa *Genderless fashion* sama istilahnya dengan Androgini. Sebenarnya, *Genderless fashion* adalah cara berpakaian yang bersifat netral. Sedangkan Androgini adalah individu yang menggabungkan unsur feminin dan maskulin dalam tubuh mereka (Bernard, 1996).

Pambudi mengungkapkan perkembangan *fashion* di Indonesia dipengaruhi oleh film, musik, dan media sosial. Tahun 1960 hingga 1970-an awal, muncul pakaian seperti kemeja satin ketat, rambut panjang, sepatu model hak tinggi dan pemakaian maskara yang dikenakan oleh pria. Sedangkan wanita di masa itu menggunakan celana panjang lurus dan tidak memakai *make up* layaknya pria. Kemunculan band Nirvana yang mendatangkan gaya tren terbaru pada tahun 1990-an hingga 1995-an yaitu gaya *Skaters* diikuti *Grunge* dengan gaya busana berupa kemeja longgar, telanjang dada, dan *overall* tanpa dikancing. Kemudian, di awal tahun 2000-an muncul gaya Emo dibawa oleh penyanyi Avril Lavigne dengan pemakaian *eyeshadow* hitam pada bagian bawah mata dan *Gothic* yaitu gaya rambut lurus kesamping dan cara berpakaian serba hitam (Pambudi et al. 2019: 56).



Gambar 2: Penyanyi Avril Lavigne membawakan gaya Emo dan *Gothic*

Di Indonesia sendiri, pihak yang berperan penting dalam mempengaruhi *fashion* APPMI (Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia) yang termasuk di dalamnya terdapat pengusaha mode Indonesia, anggota perancang dan pihak-pihak yang bergerak dibidang *fashion* Indonesia (Savitrie, 2008). APPMI didirikan pada tahun 1993 oleh Poppy Dharsono yang merupakan tokoh *fashion* juga praktisi *fashion* pada saat itu. APPMI memiliki program *Fashion Tendance* yang rutin diadakan setiap tahun nya. *Fashion Tendance* adalah acara *fashion show* yang menampilkan *trend fashion* versi APPMI. Acara ini melibatkan semua pihak *fashion* dalam negeri dan diliput oleh media yang bertujuan menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang *trend fashion* masa itu. Dalam acara tersebut Poppy Dharsono berkata, bahwa trend yang ditampilkan adalah gabungan dari *fashion* mancanegara termasuk Eropa dengan karakter masyarakat Indonesia. Selain *fashion Tendance* adapun beberapa acara rutin tahunan seperti Jakarta *Fashion Week*, Bali *Fashion Week*, dan Jakarta *Fashion & Food Festival* yang juga mengharumkan nama *fashion* lokal ke mata Internasional (Savitrie, 2008).

Kemajuan teknologi dan informasi membuat masyarakat Indonesia semakin terbuka dengan keberadaan *fashion*. Tidak dipungkiri lagi bahwa fakta *fashion* di Indonesia dipengaruhi oleh gaya Barat (Pambudi et al., 2019: 56). Secara khusus, karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tren di negara-negara maju dapat menyebar cepat ke seluruh dunia, dan kaum muda mulai melepaskan diri dari stereotip pakaian tradisional (Yan dan Kim, 2022). Salah satu tren *fashion* yang sedang banyak diminati saat ini adalah *genderless fashion*. *Genderless fashion*

menjadi tren yang diminati oleh masyarakat khususnya pada kaum muda, dimana *fashion* berbanding terbalik dengan karakter yang disepakati oleh masyarakat. Seperti, pemakaian *crop top* dan rok yang digunakan laki-laki, tidak sedikit juga laki-laki yang menggunakan kosmetik, seperti contohnya pemakaian *make up* pada *boyband* Korea dan pemakaian busana *oversize* dengan desain *boyish style* digunakan oleh wanita, sehingga terlihat tomboy. Hal ini menunjukkan fenomena yang sudah lama terjadi dan mulai terlihat kembali dalam masyarakat dikalangan anak muda. Bahkan para *desainer* mulai merancang busana yang condong ke arah mengacu kepada *genderless fashion* dan *unisex*.

Contohnya, pada gambar 3, salah satu personil dari One Direction Harry Style tampil solo pada *cover* Vogue US di akhir tahun 2020. Harry mengenakan *dress* Gucci yang dikelilingi hiasan renda, dilengkapi dengan jaket Tuksedo. London *Fashion Week* 2021 juga banyak mengeluarkan koleksi *fashion unisex*. Di Indonesia penampilan Jefri Nichol pada pergelaran Festival Film Indonesia 2021 (gambar 4). Pada Acara FFI Jefri mengenakan busana baju transparan dengan motif bunga. Penampilan serba hitam dengan tambahan aksesoris kalung emas tradisional yang menambah keunikan gaya Jefri pada acara tersebut. Tidak hanya pria, salah satu musisi wanita Indonesia seperti Sivia Azizah (gambar 5) yang selalu berpenampilan *boyish* di postingan akun *Instagramnya* seringkali menggunakan celana *jeans*, kulot, atau baju *oversize* yang sekarang mulai diikuti oleh masyarakat kebanyakan khususnya generasi Z.



Gambar 3: Harry Style pada cover Vogue US



Gambar 4: Penampilan Jefri Nichol pada acara FFI



Gambar 5: *Style boyish* Sivia Azizah di postingan akun Instagramnya

Mengutip dari Berita NetEase (dalam Yan dan Kim, 2022) Fenomena *genderless fashion* terlihat lebih menonjol di kalangan anak muda. Pada tahun 2016 dilakukannya survei oleh perusahaan periklanan global J. Walter Thompson, yang membuktikan bahwa 56% konsumen Gen Z ketika berbelanja tidak melihat jenis atau kategori sesuai *gendernya*. Pew Research Center, sebuah lembaga penelitian *independen* di Amerika melakukan survei di tahun 2018, dimana lebih dari 60% Gen Z menyukai kecenderungan pakaian tanpa *gender* daripada pria ataupun wanita saat berbelanja (Yan dan Kim, 2022).

Penelitian tentang *genderless fashion* telah menjadi objek banyak kajian peneliti, diantaranya tentang persepsi, atau sudut pandang masyarakat Indonesia

terhadap *genderless fashion* yang mulai berkembang di kota Jakarta (Pambudi et al., 2019). Penelitian lain, tentang bagaimana pria androgini di kota Makassar mengekspresikan diri mereka lewat *fashion* (Wijaya kusuma, 2020) dan fenomena masyarakat Jepang yang menjadi ‘pelaku’ dan ‘penonton’ *genderless fashion*, pemahaman *gender*, serta sudut pandang dari post strukturalisme (Deanda, 2021). Menganalisis fenomena *genderless fashion* dari berbagai bidang studi dan bagaimana *genderless fashion* cocok dengan pasar kontemporer (Reis et al., 2018). Menyelidiki citra diri konsumen *genderless fashion* di Korea yang menggunakan konsep keinginan Lancak untuk mengklasifikasi jenis citra diri yang ingin diungkapkan konsumen (Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh, 2019). Kemudian di antara banyak penelitian tersebut, terdapat pembeda dengan penelitian saat ini, peneliti saat ini ingin mengetahui motif dibalik pemakaian *fashion* pada *genderless fashion*. Bagaimana mereka mengkonstruksikan identitas diri melalui penggunaan *genderless fashion*. Apakah individu dapat mengekspresikan diri mereka lewat *fashion* terkhusus kepada *genderless fashion*, apa yang ingin mereka ekspresikan melalui gaya berpakaian dan bagaimana mereka melihat diri mereka dalam hal berpakaian. Peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana seseorang (laki-laki maupun perempuan) membangun citra atau identitas diri mereka melalui *genderless fashion* dari sudut pandang pelaku *genderless fashion*.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana *fashion* mengkonstruksikan identitas diri seseorang melalui *genderless fashion*?
2. Apa motif dibalik pemakaian *fashion* pada *genderless fashion*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *fashion* dijadikan sebagai cara seseorang dalam mengekspresikan diri dan bagaimana individu mengungkapkan identitas mereka melalui pemakaian *genderless fashion*.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memperkaya riset-riset tentang *fashion* terutama tentang *genderless fashion*. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam bentuk pemahaman bahwa *fashion* dapat menjadi salah satu bentuk cara seseorang dalam membangun identitas diri. Gaya berpakaian seseorang dapat mempengaruhi karakter dan perilaku individu itu sendiri.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian tentang *genderless fashion* pernah dilakukan oleh Pambudi, Nadiah Salsabila, et al. Berjudul “Studi Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap *Genderless Fashion*” Penelitian tahun 2019 ini berfokus pada pencarian preferensi masyarakat Indonesia akan *genderless fashion* dan pencarian makna dari *genderless fashion* yang sering diidentikkan sebagai *androgynous fashion*. Penelitian menggunakan pendekatan *mixed method* yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif berupa pengumpulan data melalui studi pustaka dan penelitian terdahulu serta melakukan kuesioner dibagikan kepada masyarakat yang bekerja di bidang *fashion*. Berdasarkan analisis data dapat diartikan bahwa *genderless fashion* adalah proses mendesain busana tanpa orientasi gender tertentu. Perbedaannya terletak pada karakteristik seseorang, konsep *fashion androgyny* adalah untuk individu yang memiliki karakteristik pria dan wanita. Hasil kuesioner mengenai preferensi

Pambudi mengatakan sebagian besar masyarakat mengetahui arti dari *genderless fashion* dan fenomena ini dapat diterima di masyarakat. Namun, ada batasan yang belum bisa diterima, seperti pakaian dengan siluet feminin dan warna yang sangat cerah. Penelitian tentang preferensi masyarakat Indonesia akan *genderless fashion* ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian saat ini. Persamaannya terletak pada pembahasan yaitu tentang *genderless fashion*. Walaupun sejalan, terdapat perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini yaitu penelitian sebelumnya menggunakan masyarakat Jakarta yang memandang *fashion* sebagai objek penelitiannya atau pandangan masyarakat tentang *genderless fashion*, sedangkan penelitian saat ini, peneliti menggunakan individu yang menjadi pelaku *genderless fashion* sebagai objek penelitiannya.

Selain itu, penelitian oleh Wijaya Kusuma dengan judul “*Less Masculine, More Feminine dan Less Feminine, More Masculine: Laki-laki Mengekspresikan Androgini Melalui Fashion*” melakukan penelitian dengan teknik pengumpulan data dilakukan di kota Makassar pada bulan Agustus tahun 2019 hingga Desember 2020 melibatkan 12 orang laki-laki androgini, 11 diantaranya adalah mahasiswa dan seorang *makeup artist* dengan usia antara 20 sampai dengan 24 tahun. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, *Focus Discussion Group* (FGD), dan observasi sebagai sumber data primer serta website dan media sosial (yaitu *Instagram*), sebagai sumber data sekunder. Dalam studinya Wijaya Kusuma mengatakan, pria androgini bukanlah *transgender* atau “seperti wanita” terlepas dari kenyataan bahwa cara bicara, gerak tubuh, emosi, minat dan bakat

adalah indikator androgini. Meskipun pria androgini dapat mengekspresikan dirinya melalui perilaku, minat, dan bakat, *fashion* adalah aspek paling signifikan yang menunjukkan androgini seseorang. Pria androgini lebih banyak mengekspresikan androgini melalui *fashion* daripada yang lain, melalui *fashion* keberadaan mereka mudah dikenali, karena memadukan antara karakter maskulin dan feminin. Dari pemaparan di atas, penelitian terdahulu memiliki kesamaan dengan penelitian saat ini yaitu terletak pada cara seseorang mengekspresikan diri melalui *fashion*. Perbedaan yang ditemukan adalah penelitian terdahulu membahas tentang bagaimana pria androgini mengekspresikan *gender* mereka melalui model atau *fashion*. Sedangkan penelitian saat ini membahas tentang bagaimana individu dapat mengekspresikan dirinya melalui pemakaian *genderless fashion*.

Pada tahun 2021, Deanda dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Post-Strukturalisme pada *Genderless Fashion* di Jepang sebagai Representasi Diri oleh Generasi Muda di Jepang” mengatakan bahwa representasi *subculture* mempengaruhi citra pelakunya. Dimana citra dari representasi itu dibangun dan menghasilkan *feedback* baik disengaja maupun tidak disengaja kepada pelaku. Representasi dapat dijadikan sebagai zona nyaman bagi beberapa orang, dimana mereka dapat menjadi diri mereka sendiri tanpa adanya aturan, norma ataupun persepsi tertentu dari tempat mereka tinggal dan mau tidak mau, mereka harus menerima pandangan masyarakat atau *feedback* (baik maupun buruk) dari lingkungan sekitar. Berdasarkan dari Penelitian tentang *Genderless Fashion* di Jepang sebagai Representasi Diri, dapat dijadikan referensi penelitian yang akan

dilakukan peneliti saat ini. Kesamaan variabel *genderless fashion* sebagai representasi diri dijadikan bahan penunjang data peneliti yang juga akan membahas *genderless fashion* sebagai cara merepresentasikan diri. Akan tetapi, penelitian ini merupakan analisis post strukturalisme yang berisi berupa teori kritik sastra, dimana penelitian hanya berpusat pada karya sastra itu sendiri. Tidak memperhatikan sastrawan sebagai pencipta maupun pembaca sebagai penikmatnya. Sedangkan penelitian saat ini, berfokus pada pendapat pelaku *genderless fashion* tentang bagaimana mereka melihat dirinya.

Penelitian berjudul “*Genderless Clothing Issues in Fashion*” tahun 2018. Menganalisis busana *genderless fashion* yang meliputi analisis fenomena di banyak bidang studi seperti sosiologi, desain *fashion* dan pemasaran yang diikuti oleh beberapa faktor seperti, sejarah-sosial, sosial ekonomi dan budaya, dan bagaimana pakaian *genderless fashion* cocok dengan pasar kontemporer. *Genderless fashion* adalah topik yang hingga saat ini ada setidaknya satu musim dalam setahun. Pakaian *genderless* merupakan realitas nasional yang dipengaruhi oleh internasional darimana androgini itu berasal (Reis et al., 2018). Dari penjelasan tersebut, penelitian ini juga menjadi salah satu referensi yang digunakan oleh peneliti karena terdapat persamaan pembahasan, penelitian ini menjelaskan pemahaman bagaimana *genderless fashion* cocok dengan pasar, dengan segala aspek sejarah-sosial, sosial ekonomi dan budaya sedangkan, peneliti saat ini ingin membahas bagaimana *fashion* mengkonstruksi identitas diri melalui *genderless fashion* dan apa motif dibalik pemakaian *fashion* oleh *genderless fashion*.

Penelitian berjudul “*Korean Genderless Fashion Consumers' Self-image and Identification*” oleh Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh tahun 2019. Studi yang menyelidiki citra diri konsumen *genderless fashion* Korea melalui wawancara mendalam. Analisis wawancara menegaskan bahwa konsumen *fashion* tanpa *gender* Korea mengekspresikan citra diri mereka melalui pakaian. Penelitian ini menerapkan konsep diri Lacan untuk menganalisis citra diri konsumen *genderless fashion*. Lacan adalah seorang psikoanalisis representatif yang mempelajari pembentukan subjek melalui tatapan. Struktur ketidaksadarannya terdiri dari imajinasi, simbolik, dan tatanan nyata, menghadirkan tiga konsep diri yaitu ego ideal, ego-ideal, dan superego. Persamaan penelitian ini yaitu ingin mencoba mengetahui melalui wawancara mendalam apa yang diekspresikan oleh konsumen *genderless fashion*. Perbedaan terletak pada lokasi, dimana penelitian sebelumnya dilakukan di Korea sedangkan peneliti saat ini melakukan penelitian di Indonesia.

## **F. Landasan Teori**

### **a. Genderless Fashion**

*Fashion* dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang *happening* menyesuaikan zamannya. Berjalannya waktu, individu menggunakan *fashion* sebagai cara mengekspresikan diri individu secara bebas hingga kemudian muncul cara berpakaian *genderless*. Mengutip dari artikel CNN (dalam Deanda, 2021: 2) bahwa *genderless fashion* adalah gaya berpakaian yang mengarah pada androgini, tanpa memandang stereotip pakaian perempuan dan laki-laki yang tidak terikat oleh

norma dan *gender* (Deanda, 2021: 2). *Genderless fashion* dan androgini adalah dua hal yang berbeda. Androgini adalah penggabungan unsur feminim dan maskulin di dalam tubuh individu, atau seseorang yang menggabungkan dua kategori *gender* di dalam tubuhnya (Pambudi et al, 2019: 56) sedangkan *genderless fashion* adalah cara berpakaian individu atau kelompok yang memadukan dua unsur *gender* yaitu maskulin dan feminin sehingga membentuk gaya baru yaitu *unisex* (Deanda, 2021: 2).

Mengutip pernyataan Lautama (dalam Ranathunga dan Uralagamage, 2019) kemunculan *genderless fashion* dilatarbelakangi oleh pemberontakan atas ketidaknyamanan individu terhadap stigma batasan *gender* yang dibuat masyarakat sosial yang harus menjadi pria atau harus menjadi wanita. Individu bisa saja merasa bahwa mereka bukanlah bagian dari pria maupun wanita, orang-orang yang mengkategorikan dirinya di luar kedua *gender* ini dapat disebut dengan *gender non-binary*. *Gender non-binary* adalah wadah bagi individu yang merasa mereka bukanlah bagian dari dua kategori *gender* maskulin atau feminin, mereka merasa pembatas dalam identitas *gender* tidaklah cocok bagi mereka, karena mereka dapat mengidentifikasi diri mereka sekaligus, sebagai pria maupun wanita (Ranathunga dan Uralagamage, 2019). Hal inilah yang memunculkan adanya istilah dari *genderless fashion* sebagai tren yang tidak ditentukan oleh *gender*.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa *trend fashion* di Indonesia dipengaruhi oleh media sosial, film, dan musik Barat contohnya, gaya *Skaters* dan *Grunge* yang telah dibawakan oleh *band* Nirvana, hingga kemunculan

gaya Emo yang telah dibawakan oleh penyanyi Avril Lavigne pada tahun 2000-an. Semakin berjalannya waktu, masuknya ritel besar seperti brand UNIQLO yang juga mengeluarkan pakaian *unisex*. Tidak hanya *brand* luar UNIQLO yang mengeluarkan pakaian *unisex*, salah satu *brand* Indonesia seperti MORAL yang didirikan oleh Andandika Surasetja berkembang ke desain-desain pakaian tanpa memandang *gender*. MORAL sengaja merambah ke konsep *genderless fashion* agar mempermudah setiap individu untuk mengekspresikan diri melalui gaya pakaian yang cocok dengan identitas pemakaiannya tanpa mengikuti aturan *gender* yang telah dibangun oleh masyarakat (Pambudi et al, 2019). Contoh lain, seperti *boyband* Korea yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya remaja, apapun yang digunakan oleh idol Korea tersebut dapat menjadi acuan dalam berpakaian bagi para penggemarnya. Hal ini membuktikan bahwa media berperan penting dalam penyebaran *trend fashion*. Banyak juga dijumpai media yang khusus membahas tentang *fashion* maupun *lifestyle* (Trisnawati, 2011).

Magdalene (2021) menjelaskan, ketika laki-laki yang mengenakan rok, gaun, atau pakaian bermotif bunga dan berwarna cerah dapat mengurangi kejantanan pada laki-laki, padahal salah satu pakaian adat Indonesia seperti *payas agung* dari Bali dan *jarik* yang merupakan pakaian adat Jawa Barat dan Jawa Timur adalah bawahan yang bukan celana dan dikenakan oleh laki-laki. Akan tetapi, penggunaan busana tradisional seperti contoh, hanya digunakan dalam acara-acara tertentu sehingga pemakaian rok pada laki-laki dianggap tidak familiar dan tidak dinormalisasikan oleh masyarakat (Magdalene, 2021). Walaupun terdapat batasan

yang belum bisa diterima masyarakat, Indonesia masih membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan pakaian *genderless fashion*, seperti rok berwarna terang yang cenderung dikenakan oleh perempuan dan tidak memiliki unsur maskulin tidak yang diperuntukkan oleh kaum laki-laki.

### **b. Identitas dan *Fashion***

Pakaian merupakan bagian yang sangat penting dalam proses pembentukan citra, identitas diri, sikap, ataupun mode oleh seorang individu (Eun Jung Shin and Ae-Ran Koh, 2019). Citra merupakan suatu konsep yang dapat menjelaskan cara merepresentasikan diri dan identitas diri seseorang secara sosial budaya (Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh, 2019). Mengutip dari Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh (2019) menurut Davis (1945) Fungsi dari pakaian adalah sebagai tanda identitas diri seseorang maupun orang lain dan juga sebagai alat komunikasi yang efektif dalam interaksi sosial. Identitas dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah “jati diri” yang berarti seseorang memiliki jati diri antara individu dengan individu lain berbeda. Menurut Waterman dalam Sari (2020) Identitas memiliki arti gambaran diri secara jelas untuk menggapai suatu tujuan yang ingin dicapai, nilai serta kepercayaan dari individu tersebut. Ishiyama dalam Sari (2020) mengatakan bahwa identitas diri merupakan suatu proses dari pemulihan yang dapat memperkuat harga diri seseorang.

Menurut Chris Barker dalam Maulana (2017) konstruksi identitas merupakan cara individu membangun identitas dirinya, bagaimana individu

memperlihatkan siapa dirinya, dan hal apa yang membedakan individu dengan orang lain. Trisnawati (2011) dalam salah satu jurnalnya mengatakan bahwa salah satu cara individu mengkonstruksikan diri adalah dengan memiliki konsep diri, konsep diri adalah perasaan, keyakinan, dan persepsi individu atas citra dirinya. Penggunaan pakaian bukanlah semata-mata karena nilai guna tetapi, agar tercapainya citra atau nilai tertentu dalam pemakaian *fashion* tersebut. *Fashion* dapat menggambarkan ciri, atau identitas penggunanya (Trisnawati, 2011). *Fashion* dapat menjadi pemicu bagi seseorang untuk menunjukkan identitas dirinya, dan bukan hanya sebagai kebutuhan, *fashion* jika dikomunikasikan secara rutin maka akan membentuk identitas diri (Lestari, 2014). Menurut Roach-Higgins dan Eicher dalam Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh (2019) mengatakan *Fashion* adalah salah satu alat komunikasi dalam interaksi sosial, *fashion* terutama pakaian yang dikenakan dapat memberikan petunjuk identitas dari diri seseorang. Pakaian bukanlah satu-satunya cara bagi individu dalam berkomunikasi. Akan tetapi, pakaian dapat menjadi sarana bagi kelompok sosial sebagai cara berkomunikasi diantara mereka.

Haldani juga berpendapat dalam Barnard (1996) pakaian adalah suatu komunikasi menjadi makna yang digunakan oleh kelompok sosial, sebagai cara mengkomunikasikan identitas mereka sebagai kelompok sosial kepada kelompok sosial lain. Pakaian yang digunakan dapat membentuk suatu makna tertentu, makna tersebut dapat mempengaruhi cara seseorang bersikap terhadap orang lain (Barnard, 1996). Pakaian bukan hanya sekedar *cover of body*, tetapi pakaian juga dapat

membawa pesan dan membentuk makna (*language of fashion*) (Trisnawati, 2011). Contohnya, penggunaan kemeja dan dasi memberikan tanda formalitas, penggunaan *jeans* dan kaos atau hoodie memberikan tanda casual, penggunaan dress pada malam hari menandakan elegan (Trisnawati, 2011). Hal ini membuktikan bahwa melalui pakaian kita dapat mengekspresikan konsep diri dan menjadi referensi alat komunikasi pada manusia, interaksi sosial, kinerja peran, dan lainnya (Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh, 2019).

Pemakaian *fashion* sebagai identitas diri merupakan implikasi bagi pengguna *fashion* tentang bagaimana mereka mengkomunikasikan identitas, status, kepribadian, nilai, dan perasaan mereka kepada orang lain (Trisnawati, 2011). Adanya identitas diri menjadi hal yang penting untuk ditunjukkan dalam kehidupan bermasyarakat, hal ini dikarenakan identitas diri menjadi nilai tolak ukur individu untuk menjalin hubungan berinteraksi dengan sosial. Melalui *fashion* kita dapat mengekspresikan sesuatu yang tidak terucap atau non- verbal karena, *fashion* dapat berguna untuk membangun identitas personal individu yang bersangkutan. Orang lain dapat menilai kepribadian individu ketika individu tersebut menggunakan jenis pakaian tertentu (Trisnawati, 2011). Misalnya, penggunaan pakaian serba hitam oleh anak punk memberikan pesan kebebasan. Contoh lain dari pakaian tradisional Indonesia, salah satunya adalah pakaian adat perkawinan Buton. Mengutip dari Asis dan Herianah (2020) pakaian adat dalam pernikahan daerah Buton tidak terlepas dari keberagaman budaya masyarakatnya terkhusus kerajaan Buton yang mencerminkan stratifikasi sosial dalam masyarakat Buton. Mempelai laki-laki

menggunakan *balahadada*, dan mempelai wanita menggunakan baju *kombo* memiliki aturan pada pemakaiannya dan, melalui pakaian tersebut dapat memberikan nilai makna dan simbol tertentu kepada penggunaannya. Mulai dari warna pakaian, jenis bahan, dan jumlah aksesoris pada penggunaan pakaian adat, seseorang dapat dengan mudah dikenali identitasnya. Oleh karena itu, fungsi dan makna dari pakaian atau busana yang dikenakan dapat menentukan identitas diri seseorang.

## **G. Metode Penelitian**

### **a. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dimana data yang diperoleh berupa gambar, dan kata-kata, bukan dengan angka dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme dan strategi penelitian etnografi. Merujuk pada *Modul Metode Penelitian Kualitatif* karya Puji Rianto (2020) penelitian ini menggunakan tipe penelitian etnografi partikular, dimana caranya sama dengan studi etnografi pada umumnya yang mengarah khusus pada subjek yang diamati oleh peneliti. Penelitian etnografi bertujuan untuk mengungkapkan sudut pandang penduduk asli, visi mereka, dan hubungan mereka dalam kehidupan. Pengambilan data penelitian dilakukan dengan cara wawancara kepada kelompok pelaku *genderless fashion* pada komunitas di akun *Instagram* societyoutfit.id yang merupakan salah satu komunitas di bidang *fashion*.

### **b. Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara mewawancarai pelaku kelompok *genderless fashion* pada komunitas di akun *Instagram* societyoutfit.id. Sumber data yang diambil berupa kata - kata, tindakan, dan data tambahan berupa foto dari para pelaku *genderless fashion*. Menurut Irianto dalam Diana dan Rofiki (2020) penelitian kualitatif memiliki dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun, data primer pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara kepada pelaku *genderless fashion* secara *online* (virtual) maupun *offline* (bertemu langsung).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam yang dilakukan untuk menggali informasi tentang bagaimana *fashion* mengkonstruksi diri seseorang terkhusus pada individu yang menganut *genderless fashion* dan motif apa dibalik pemakaian *fashion* pada *genderless fashion*. Sedangkan, untuk data primer penelitian ini diperoleh dari pihak lain yang berasal dari jurnal, buku, atau artikel internet yang sejalan dengan penelitian.

### **c. Waktu dan Lokasi**

Pelaksanaan penelitian akan dilakukan selama satu bulan, dimulai dari bulan Desember tahun 2022 hingga Januari tahun 2023. Pengamatan dan wawancara penelitian dilakukan secara langsung, dimana peneliti ikut serta dalam perkumpulan pelaku *genderless fashion* yang berada di Yogyakarta oleh komunitas

pada akun *Instagram* societyoutfit.id. Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan *offline* dan secara *online* kepada informan.

## BAB II

### GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

#### **Profil Akun *Instagram* Societyoutfit.id**

Akun *Instagram* societyoutfit.id adalah salah satu *platform* bagi para penggemar *fashion* di *Instagram* khususnya daerah Yogyakarta dimana mereka dikumpulkan karena memiliki hobi yang sama yaitu dunia *fashion*. Akun ini dibuat pada tahun 2022 oleh salah satu *fashionista* bernama Mahathir Al Afghani Zein yang berasal dari kota Solo. Zein membuat akun *Instagram* societyoutfit.id bertujuan mengumpulkan orang-orang yang memiliki hobi yang sama sebagai pelaku *fashion*.

Zein bercerita tentang bagaimana proses perekrutan anggota *fashion* tersebut. Awalnya Zein mengamati para *fashionista* lain melalui *Instagram* kemudian, Zein mencari orang-orang yang sering membagikan foto-foto *fashion* di *Instagram* dan mereka yang mendalami dunia *fashion*. Zein mengundang mereka untuk bergabung dalam grup *WhatsApp* yang telah Zein buat. Setelah orang-orang ini terkumpul di dalam grup tersebut, Zein mulai mengadakan perkumpulan, khususnya pada anggota yang tinggal di daerah Yogyakarta. Perkumpulan ini dijadikan wadah bagi mereka yang mendalami atau memiliki hobi yang sama untuk bertukar pikiran satu sama lain. Selain menambah pertemanan antar anggota, Zein berharap adanya grup tersebut, dapat memberikan mereka sedikit ilmu, dan arahan

dalam mengembangkan hobi kemudian, dapat menghasilkan uang dan menjadi pekerjaan tetap bagi mereka.

Melalui pengamatan, peneliti melihat bentuk interaksi sosial asosiatif antar anggota. Asosiatif diartikan sebagai interaksi yang menyatukan individu atau kelompok yang bermanfaat bagi masing-masing individu atau kelompok tersebut. (Langford, 2022). Interaksi asosiatif yang dilakukan anggota contohnya diskusi seputar dunia *fashion*.

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti, Zein mengatakan “Iya, awalnya itu sebenarnya pengen ngumpulin anak-anak Solo dan Jogja yang *fashion enthusiast*, terus berubah jadi komunitas yang gabungin orang dari luar daerah tujuan awal, ditambah pengen memberikan mereka arah supaya bisa dapat uang dari hobinya, mulai dari *endorse*, dan lain-lain” (Zein, 25 Januari 2023).

Anggota komunitas kebanyakan berasal dari kota Jogja, dan Solo tetapi, ada juga beberapa dari mereka yang berasal dari daerah Jawa Timur dan Jakarta. Komunitas ini tidak memiliki struktur keanggotaan karena seperti yang dikatakan Zein yang awalnya hanya ingin mengumpulkan orang-orang yang memiliki hobi yang sama dalam bidang *fashion* bukan ingin menciptakan komunitas resmi.

Kemudian ketika perkumpulan itu diadakan ternyata antusias para pelaku *fashion* ini sangat tinggi dan komunikasi diantara mereka terjalin sangat baik dan menyatu satu sama lain, akhirnya perkumpulan tersebut diadakan secara rutin seperti halnya komunitas-komunitas pada umumnya. Biasanya, komunitas ini

mengadakan perkumpulan pada momen tertentu seperti, hari lebaran, perayaan akhir tahun, dan libur nasional. Perkumpulan ini dijadikan para anggota komunitas untuk mempererat silaturahmi antar sesama, juga membagi pengetahuan seputar *fashion*.

Karena mayoritas anggota komunitas tinggal di Yogyakarta, maka tempat mereka mengadakan perkumpulan komunitas biasanya diadakan di *cafe* yang ada di daerah Yogyakarta. Adapun pelaku komunitas di akun *Instagram* societyoutfit.id ini memiliki rentang umur 17 hingga 26 tahun. Para anggota kebanyakan memiliki latar belakang sebagai pelajar, mahasiswa, dan pekerja.

Untuk penelitian, peneliti hanya mengambil beberapa informan untuk dilakukan wawancara mendalam yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan peneliti yaitu anggota komunitas *Instagram* societyoutfit.id yang menggunakan *genderless fashion* dan kesiapan untuk pertanyaan wawancara seputar pengalaman mereka saat menggunakan *genderless fashion*. Diantara mereka terdapat lima informan yang dipilih dan akan diwawancarai oleh peneliti, terdiri dari empat laki-laki dan satu wanita, mereka memiliki kesibukan seperti kuliah hingga bekerja. Informan dipilih karena memiliki kekhasan dalam berpakaian yaitu *genderless fashion*.

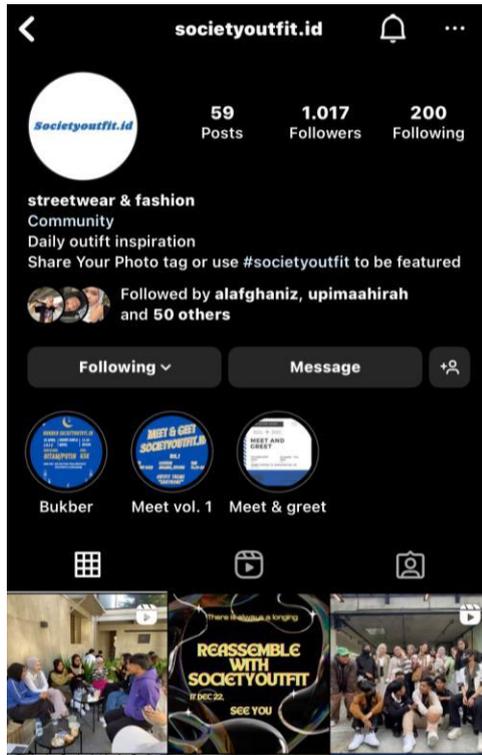
Sugiyono (dalam Hermawan dan Malau, 2019: 192) memaparkan bahwa dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dapat dilakukan dengan sifat yang alamiah (*natural setting*) seperti data primer, pengumpulan data lebih banyak

dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi (Hermawan dan Malau, 2019: 192). Maka dari itu peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode observasi serta wawancara. Saat peneliti ingin merekrut informan memang terdapat kesulitan dalam merekrut seperti kendala waktu, dan tidak semua anggota komunitas mau diwawancarai.

Selain menjalin hubungan pertemanan, peneliti melihat terdapat manfaat lain dalam komunitas. Keunggulan akun *Instagram* societyoutfit.id dapat menghubungkan *networking* antara pelaku *fashion* dengan *brand-brand* yang bergerak di bidang *fashion* dan menjadi tempat promosi bagi para pelaku *fashion* untuk memperlihatkan dirinya ke hadapan publik sehingga mereka dapat terlihat oleh orang lain. Proses kerjanya *fashionista* awalnya mengunggah foto *fashion* mereka ke akun *Instagram* pribadi mereka, kemudian setelah bergabung komunitas, komunitas tersebut mempromosikan dengan cara mengunggah kembali foto para anggota ke akun *Instagram* societyoutfit.id sehingga mereka dapat dikenal ke hadapan publik atau mendapatkan keuntungan seperti *endorsement* oleh *brand-brand fashion*. Penelitian ini mengkaji latar belakang para informan pelaku *genderless fashion*, motif dari pemakaiannya, dan bagaimana identitas informan dibangun melalui *genderless fashion*.

Ketika ditanya tentang latar belakang dan motif mereka dalam penggunaan *genderless fashion*, empat diantaranya menjawab karena mereka ingin bebas berekspresi dan satu orang yang dinamis menjawab ingin menampilkan pesonanya

melalui penggunaan *genderless fashion*. Sebagai pengguna *genderless fashion*, semua informan memiliki pengetahuan tentang “*genderless*” dan mereka mampu mengungkapkan maknanya dengan kata-kata mereka. Selain itu, di antara mereka juga dapat mengungkapkan perspektifnya tentang *genderless*. Maka dari itu, komunitas *Instagram societyoutfit.id* dapat membantu mereka untuk mewujudkan keinginannya yakni mengekspresikan *style fashion* mereka yang sesuai dengan kepribadian masing-masing anggota.





Gambar 6: Profil akun *Instagram* societyoutfit.id

## **BAB III**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Motif**

Motif adalah bentuk dari makna yang dijadikan individu sebagai landasan untuk melakukan tindakan (Wijaya kusuma, 2020: 151). Dalam penggunaan *fashion* tentu pelaku *genderless fashion* memiliki motif tersendiri. Menurut Alfred Schutz, dalam jurnal yang sama mengungkapkan bahwa terdapat dua bagian di dalam motif (Wijaya kusuma, 2020: 151) yaitu Motif Sebab (*Because Of Motives*) merujuk pada pengalaman masa lalu pelaku *genderless fashion* yang dapat dijadikan landasan untuk melakukan sesuatu. Kedua, yaitu Motif Tujuan atau (*In Order To Motives*) adalah adanya suatu tujuan yang ingin dicapai oleh *genderless fashion* sebagai landasan dalam bertindak. Motif ini digambarkan sebagai rencana, harapan, maksud, minat pelaku *genderless fashion* yang berorientasi pada masa depannya (Hermawan dan Malau, 2019: 193).

##### **a. Motif Sebab (*Because of Motives*)**

Motif Sebab (*Because Of Motives*) adalah motif yang merujuk pada pengalaman masa lalu pelaku *genderless fashion* (Wijaya kusuma, 2020: 194). Tentunya dalam konteks ini peran masa lalu dapat dijadikan alasan sebagai motif seseorang melakukan tindakan yang sekarang dilakukannya. Pada wawancara yang

dilakukan peneliti, kelima informan mengaku bahwa motif dibalik pemakaian *genderless fashion* adalah karena mereka ingin mengekspresikan diri. Melalui pengamatan yang dilakukan peneliti, kelima informan sepakat bahwa bentuk dari ekspresi diri dalam penggunaan *fashion* mereka adalah keinginan pribadi. Salah satu informan *genderless fashion*, yaitu informan tiga saat wawancara mengatakan bahwa,

“*Fashion* itu tidak bergender. *Fashion* itu dinamis dimana masing-masing individu dapat menciptakan penampilannya sesuai pesona yang ingin ditunjukkan ke publik. Jadi, sebagai manusia kita sah-sah saja untuk menciptakan penampilan kita” (Laki-laki, usia 25 tahun, 18 Januari 2023).

Berikut beberapa foto pada postingan akun *Instagram* informan sebagai contoh dari penggunaan *genderless fashion* :





Gambar 7 : Contoh foto yang diposting pada akun *Instagram* informan sebagai pelaku *genderless fashion*.

Foto-foto di atas merupakan contoh postingan pada akun *Instagram* informan tiga yang merupakan pelaku *genderless fashion*. Melihat dari foto

tersebut, terdapat penggabungan style antara maskulin dan feminin dalam satu *fashion*. Foto pertama (di bagian atas), informan bersama temannya menggunakan *crop outer* dan bawahan rok kemudian foto kedua dan ketiga (di bagian bawah) informan menggunakan baju merah transparan dan menggunakan rok yang senada dengan atasannya. Hal ini dikarenakan informan adalah pelaku *genderless fashion* yang mengamini bahwa *fashion* tidak bergender. Menurutnya, setiap individu berhak menciptakan penampilannya sendiri sehingga kapanpun dan dimanapun *genderless fashion* tetap melekat pada dirinya.

Kemudian, selain informan tiga, informan empat mengatakan bahwa “*Fashion has no gender*” (Laki-laki 20 tahun, 19 Januari 2023). Pernyataan ini memperkuat bahwa *fashion* tidak dipengaruhi oleh orientasi seksual seseorang. Penggabungan unsur *fashion* antara wanita dan laki-laki boleh saja digunakan secara bersamaan. Penggunaan *fashion* pada pelaku *genderless fashion* menjadi media bagi informan untuk menyampaikan pesan tertentu ke publik melalui penggunaan *style fashion*.

Terdapat tiga bentuk motif sebab dari pengekspresian diri yaitu keinginan pribadi, faktor *role model*, dan faktor lingkungan (Hermawan dan Malau, 2019: 194). Kemudian dari penelitian ini, peneliti menambah satu motif sebab oleh informan yaitu kepercayaan diri dan *center of attention*. Hal ini dirasa masuk dalam kategori motif sebab karena dalam pengamatan peneliti dan jawaban para informan didapatnya rasa kepercayaan diri yang disebutkan informan ketika mereka menggunakan *genderless fashion*. Menurut informan, ketika menggunakan

*genderless fashion* rasa kepercayaan diri mereka pun meningkat dan karena *style fashion* mereka dianggap berbeda dari kebanyakan orang sehingga mereka dapat menjadi pusat perhatian publik.

## **2. Keinginan Pribadi**

Sudah dijelaskan di atas, bahwa para informan menggunakan *genderless fashion pure* karena keinginan pribadi mereka. Rasa ingin tersebutlah yang meningkatkan ketertarikan pada penggunaan *genderless fashion* seperti rasa nyaman, hingga kepercayaan diri para informan pun meningkat. Informan satu yaitu laki-laki berusia 22 tahun mengatakan bahwa,

“Melalui pemakaian *genderless fashion* aku merasa punya banyak cara untuk mengungkapkan *moodnya*, mengutarakan apa yang ia mau, sukai, dan kepribadiannya lewat pemakaian *fashion*. Menurutku, *genderless fashion* lebih cocok dengan karakterku” (Laki-laki berusia 22 tahun, 31 Desember 2022).

Zaman sekarang penampilan adalah suatu hal yang penting di dalam kehidupan masyarakat sosial, di mana setiap individu dapat memainkan, mengontrol perannya masing- masing, dan keberadaan *fashion* seperti gaya berpakaian, penggunaan aksesoris, tatanan rambut, cara berdandan, pilihan musik serta jenis kegiatan yang dilakukan adalah suatu tanda dalam identitas dan kepribadian diri seseorang (Hendariningrum dan Susilo, 2008: 25). Tentunya melalui *fashion* seseorang memiliki hak untuk memilih tipe kepribadian yang

mereka inginkan melalui beberapa contoh dari tipe kepribadian yang ada di sekitar mereka contohnya, melalui bintang film, penyanyi, model, dan masih banyak tipe kelompok yang telah ada. Seseorang dapat menciptakan kepribadian yang unik, berbeda, bahkan belum pernah digunakan oleh orang lain. Semua ini adalah tentang *fashion* karena, dengan *fashion* seseorang dapat menampilkan siapa dirinya ke hadapan publik.

Kemudian informan dua, yaitu laki-laki berusia 20 tahun, berpendapat bahwa “Ketika menggunakan *genderless fashion* aku merasa tidak terikat dan bebas dalam mengekspresikan apapun. *genderless fashion* dapat meningkatkan kepercayaan diriku dan aku merasa terlihat berbeda dari kebanyakan orang” (Laki-laki berusia 20 tahun, 11 Januari 2023).

Dilanjutkan oleh informan empat yang merupakan laki-laki berusia 20 tahun, bahwa menurutnya melalui penggunaan *genderless fashion* informan ingin mengajak semua orang untuk menjadi diri mereka dengan jati diri yang sebenarnya. Menurut pandangannya, “Pemakaian *genderless fashion* itu tidak memandang ras, suku, *gender*, ataupun agama jadi, siapapun dapat bebas menggunakan *fashion*” (Laki-laki berusia 20 tahun, 19 Januari 2023).

Melalui pemaparan jawaban wawancara di atas bahwa informan dapat menunjukkan jati dirinya melalui pemakaian *fashion* yang mereka anut yaitu *genderless fashion*. Sejalan dengan ungkapan informan, Yan dan Kim berpendapat bahwa, keberadaan tren *fashion* memang didominasi oleh kaum Gen Z atau anak muda. Sesuai dengan latar belakang penelitian ini, bahwa anak muda menjadi

konsumen paling banyak dalam penggunaan tren *fashion* salah satunya *genderless fashion* (Yan dan Kim, 2022). Memang usia Gen Z yang terbilang cukup muda dan sedang berada di situasi gelisah menjadikan mereka berusaha berlomba-lomba untuk mencari jati diri atau identitas diri masing-masing (Hendariningrum and Susilo, 2008: 27). Gen Z cenderung menaruh penampilan fisik di atas segalanya atau “*appearance is key*” bahwa, segala hal yang dapat mempercantik juga memperindah penampilan mereka selalu diadopsi (Trisnawati, 2011: 43). Penelitian yang sama juga mengungkapkan bahwa bagi beberapa Gen Z pakaian adalah kebutuhan yang sangat penting setara dengan air dan makanan. Apa yang mereka gunakan, bagaimana cara mereka berpenampilan itu semua termasuk dalam pengekspresian diri mereka. Trisnawati juga mengungkapkan bahwa hal ini disebabkan karena masa Gen Z merupakan era dimana mereka berusaha menciptakan identitas mereka dan sebagian besar identitas itu diekspresikan melalui *fashion* yang mereka gunakan (Trisnawati, 2011: 43).

Dalam jurnal yang sama mengungkapkan bahwa pakaian tidak hanya digunakan sebagai fungsinya untuk menutup tubuh, tetapi juga berguna sebagai bentuk keinginan bagi penggunanya. Bahwa, saat ini *fashion* tidak hanya sebagai gaya tetapi penggunaan *fashion* tertentu oleh seseorang akan membentuk identitas diri pemakaiannya (Trisnawati, 2011: 38). Banyaknya tipe atau jenis *style fashion* sekarang, menjadikan seseorang dengan mudah menciptakan *fashion* yang sesuai dengan dirinya begitu juga *genderless fashion*. Dengan mudah, informan dapat menciptakan penampilannya tanpa ada batasan tertentu dalam masyarakat.

Maka dalam hal ini motif dari penggunaan *genderless fashion* oleh informan adalah salah satu bentuk dari keinginan pribadi mereka dimana *genderless fashion* dipilih untuk mengungkapkan identitas diri yang dirasa cocok dengan keinginan pribadi mereka. Berkat penggunaan *genderless fashion* tidak adanya krisis identitas oleh informan. Dimana saat ini penampilan sangatlah berpengaruh bagi identitas diri. Melalui pemilihan pakaian tertentu, dapat berpengaruh dengan bagaimana cara pandang masyarakat atas penggunaan *fashion* atas diri informan.

### **3. Kepercayaan Diri dan *Center of Attention***

Selain keinginan pribadi, adanya faktor kepercayaan diri oleh para informan dalam penggunaan *genderless fashion*. Menurut Surya (dalam Rais, 2022) kepercayaan diri adalah hal yang penting dimiliki seseorang dalam proses pertumbuhan kepribadian seseorang. Kepercayaan diri dapat menjadi penentu atau sebagai cara seseorang dalam bersikap dan bertindak laku (Rais, 2022). Selaras dengan hal itu, Bandura (dalam Siska et al., 2003: 67) mengartikan kepercayaan diri sebagai suatu keyakinan dimiliki oleh setiap individu yang merasa dirinya mampu bertindak sesuai yang mereka butuhkan guna mendapatkan hasil yang diharapkan atau kemampuan seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu untuk mencapai target yang mereka inginkan. Lauster (dalam Reis et al., 2022) mengungkapkan bahwa terdapat ciri- ciri oleh seseorang yang memiliki kepercayaan diri, yakni: seseorang yang mandiri, tidak mementingkan diri sendiri,

tidak pemalu, ambisius, optimis, cukup toleran, seseorang yang yakin dengan opininya dan tidak berlebihan.

Kepercayaan diri yang dimiliki seseorang akan menimbulkan sikap yang positif terhadap dirinya (Siska et al., 2003: 67). Sehingga dapat dikatakan bahwa kepercayaan diri merupakan salah satu komponen yang berperan penting bagi kehidupan manusia. Mereka yang memiliki kepercayaan diri dalam hidupnya tidak merasa malu, ragu, atau minder dalam pengambilan keputusan dan tidak dipengaruhi orang lain. Sejalan dengan penjelasan di atas, informan yang menganut *genderless fashion* tentunya memiliki rasa kepercayaan diri. Ketika informan memiliki rasa kepercayaan diri dalam hidupnya maka, tidak adanya permasalahan bagi mereka saat menggunakan *genderless fashion*. Walaupun *genderless fashion* cenderung berbeda dari masyarakat kebanyakan tentunya hal itu tidak berpengaruh bagi mereka yang memiliki rasa kepercayaan diri tinggi. Mereka justru memandang positif diri mereka, dan yakin atas apa yang telah mereka anut atau gunakan.

Seperti yang dijelaskan pada landasan teori penelitian ini, bahwa *genderless fashion* adalah gaya berpakaian tanpa memandang stereotip pakaian perempuan dan laki-laki yang tidak terikat oleh norma dan *gender* (Ranathunga dan Uralagamage, 2019). Melalui *genderless fashion* informan rasa senang karena berbeda dengan orang kebanyakan. Selain rasa kepercayaan diri yang kuat, penggunaan *genderless fashion* yang bebas dalam berekspresi dapat meningkatkan kepuasan oleh informan dalam penggunaannya. Pada saat wawancara, informan satu mengatakan bahwa, “Ketika menggunakan *genderless fashion* ada perasaan bangga karena merasa

berbeda dan lebih unik dibandingkan orang lain. Aku juga merasa puas karena inspirasiku dapat tertuang ke *fashion*” (Laki-laki 22 tahun, 31 Desember 2022).

Pemakaian *genderless* yang berbeda dapat menimbulkan perasaan tertentu pada pemakainya contohnya perasaan bangga yang telah diungkapkan oleh informan. Perasaan ini diperoleh informan sebagai pelaku *genderless fashion* karena menurut informan, pemakaian *genderless fashion* yang tidak umumlah atau berbeda, dan tidak mengikuti stereotip masyarakat menjadikan dirinya terlihat lebih unik. Kemudian, karena adanya kebebasan dalam berpakaian, dapat menjadikan informan dengan mudah menuangkan inspirasinya terkhusus dalam berpakaian, dengan mudah menciptakan karakternya sendiri karena terbilang konsep *genderless fashion* yang bebas, cukup luas, dan tidak adanya penggolongan atas jenis pakaian tertentu. Argumen ini sejalan dengan Deanda (2021: 7) mengatakan, *fashion* dapat digunakan sebagai sesuatu yang mencuri perhatian atau mencolok dan tidak dimaksudkan untuk memenuhi fungsi dasar sebagai pakaian atau tidak memiliki konteks fungsional yang khas. Sehingga ke khas-an yang tidak lain adalah penonjolan karakter dari seni atau *fashion* itu sendiri, dimana *fashion* dapat menjadi sesuatu yang ingin diperlihatkan kepada orang lain guna menyampaikan sesuatu. Misalnya pada kasus *genderless fashion*. Hal ini menimbulkan suatu tujuan tertentu dalam pemakaian *fashion* bahwa ada sesuatu yang ingin ditunjukkan oleh informan kepada orang lain dalam pemakain *fashion*nya. *Genderless fashion* dapat menjadi suatu karakter oleh informan, juga dapat menjadi wadah baginya untuk

menuangkan ide, dan inspirasinya melalui pemakain *fashion* dan menciptakan pandangan baru terhadap jenis *style fashion* tertentu.

Kemudian, *genderless fashion* digunakan untuk menggambarkan kebebasan dalam cara berpakaian tanpa adanya batasan *gender*. Hal ini sejalan dengan ungkapan Boulwood & Jerrard (dalam Eun Jung Shin and Ae-Ran Koh, 2019) bahwa *genderless fashion* yang mengekspresikan netralitas dapat mendobrak batas-batas *gender* pada pria dan wanita. Ini adalah reaksi orang modern terhadap peran *gender* karena mereka ingin mengejar hak bebas mereka untuk mengekspresikan keinginan batin manusia.

Selanjutnya, melalui wawancara yang dilakukan peneliti oleh informan, peneliti mengamati bahwa para informan senang menggunakan *genderless fashion* karena mereka dapat menjadi *center of attention*. Hal ini dikuatkan oleh jawaban wawancara informan tiga, “Kebetulan memang suka memperhatikan penampilan dari kecil, naluri itu mah, emang dari kecil bawaannya pengen tampil beda. Kemudian masuk kampus seni, dapat fasilitas untuk *show off* dan mengotak-atik penampilan” (Laki-laki usia 25 tahun, 18 Januari 2023).

Pernyataan tersebut membuktikan bahwa, informan sangat memperhatikan penampilannya terkhusus pada pemakaian *fashion*, informan ingin selalu tampil beda dari orang kebanyakan. Meski sebenarnya penggunaan *fashion* tersebut hanya untuk dirinya pribadi tetapi, penggunaan *genderless fashion* yang “berbeda” akan menimbulkan persepsi atau penilaian yang berbeda terhadap orang lain yang melihatnya. Adanya *fashion* tidak hanya dapat dikaitkan dengan citra diri dihadapan

publik tetapi, *fashion* juga dapat dikaitkan dengan narsisme. Hubungan inilah menyebabkan kemungkinan untuk memahami dan pembentukan citra diri melalui *fashion* diproyeksi dari diri sendiri dan representasi orang lain (Paulicelli, 2020).

Menurut Morf (dalam Panchapakesan, 2017) narsisme dapat didefinisikan sebagai sifat egosentris dimana seseorang ingin menjadikan dirinya sebagai pusat segalanya kemudian, membesar-besarkan diri, dominan, dan orientasi manipulatif. Pada jurnal yang sama diungkapkan bahwa dalam budaya Barat, narsisme dianggap sebagai fokus pada individualisme dan perhatian tentang tujuan individu kekayaan dan ketenaran. Dalam hal ini *fashion* juga dapat digunakan sebagai narsisme. Selain bertujuan ingin menampilkan citra dirinya dalam *fashion*, penggunaan *fashion* yang unik, eksklusif, dan dapat disesuaikan menjadikan individu tersebut berbeda dari orang lain. Melalui narsisme mereka dapat memvalidasi kepercayaan diri mereka di depan publik. Ketika informan menggunakan *genderless fashion* mereka akan lebih dikenal publik bukan hanya sekedar apa yang mereka gunakan tetapi, *genderless fashion* dapat memberikan penilaian publik kepada informan atas karakter, keinginan, dan memotivasinya untuk aktif dalam tren *fashion*.

Sejalan dengan pernyataan peneliti, Panchapakesan mengungkapkan bahwa individu senang menampilkan pakaian yang terlihat mengesankan, yang menginginkan bahan harta benda, mengikuti tren baru, suka menjadi pusat perhatian, dan mengagumi penampilannya di depan cermin, dan gairah ini, pada gilirannya, akan mengembangkan kecenderungan untuk menarik perhatian dengan

menunjukkan kekuatan dan kepribadian mereka melalui pakaian modis dan penggunaan aksesoris (Panchapakesan, 2017).

#### **4. Role Model**

Bruce (dalam Rifayanti et al., 2018) menjelaskan bahwa *role model* memiliki pengertian secara harfiah, dimana terdapat penggabungan dua kata antara *role* dan *model*. *Role* adalah sikap atau perbuatan seseorang yang diharapkan orang lain memiliki status tertentu. Dalam jurnal yang sama Soerjono mengartikan *role* sebagai dimensi dari kedudukan atau status tertentu. Ketika seseorang melakukan kewajiban atau hak sesuai mengikuti kedudukannya maka, terdapat suatu peran yang sedang mereka jalankan. Pada jurnal yang sama menurut Suprijono model memiliki arti sebagai individu berperan penting bagi individu lain baik keluarga, teman, lingkungan ataupun seseorang yang tidak dikenal dekat dan Morgenroth menambahkan bahwa *role model* adalah salah satu sumber pengaruh positif berdampak terhadap perilaku orang lain. Adanya *role model* dapat memunculkan tujuan baru atau yang sudah ada juga dapat memotivasi orang lain.

Kemudian Bandura (dalam Cherry, 2019) menjelaskan bahwa, adanya proses pembelajaran diperoleh melalui observasi oleh individu, observasi ini dilakukan individu dan didapat pelajaran tersebut melalui lingkungan juga orang lain di sekitarnya. Maka, dapat dipahami bahwa terdapat manfaat yang didapat dari sosok *role model* juga adanya motivasi pada individu yang melihat model tersebut dan berdampak pada proses tertentu. Selain mempengaruhi perilaku, tentunya

adanya *role model* memiliki fungsi kognitif dan strategi emosional kepada seseorang yang dapat mendorong seseorang untuk mencapai tujuan dan targetnya (Rifayanti et al., 2018).

Para informan menyebutkan *role model* adalah salah satu pemicu bagi mereka dalam menggunakan *genderless fashion*. Tentunya, *role model* dari setiap informan berbeda-beda. Perkembangan teknologi yang begitu pesat kemudian, kemunculan sosial media, dan kemajuan industri *fashion* dapat membawa pengaruh terhadap ketertarikan seseorang dalam penggunaan *fashion*. Tidak hanya majalah, sekarang penggunaan sosial media seperti *Instagram* tentunya dapat mempengaruhi seseorang dalam menemukan *style fashion* yang mereka inginkan.

*Instagram* memiliki fungsi untuk memposting gambar dengan keterangan yang dikemas secara menarik (Abdullah et al., 2020). Pada jurnal yang sama Hanson mengatakan, karena gambar atau foto dalam *Instagram* menawarkan konten yang lebih menarik sehingga dapat mencuri hati publik. Kemudian ketika postingan konten yang dibuat *role model* tersebut menarik dan bermanfaat bagi orang lain maka, orang tersebut akan mengikuti mereka, dengan demikian mereka telah menarik perhatian konsumen untuk mengikuti sikap, gaya hidup, serta sifat pribadi mereka yang ditampilkan oleh *role model* pada platform tersebut.

Saat wawancara, informan menjelaskan bahwa penggunaan *genderless fashion* pada informan juga dipengaruhi oleh seseorang yang mereka kagumi dan dari orang tersebut mereka mulai mendapatkan inspirasi dalam penggunaan *fashion*

yang sama. Informan dua yakni laki-laki berusia 20 tahun menjelaskan bahwa, sejak SMA informan mulai mendalami *fashion* dengan membaca artikel, *Youtube*, juga mengikuti akun-akun *Instagram* tentang *fashion* yang kemudian mempertemukannya dengan akun role modelnya, dalam wawancara informan berkata bahwa “Saya juga punya *role model* yaitu dari akun *Instagram @abeu.2000* itu *genderless fashion* yang paling saya suka di Indonesia” (Laki-laki berusia 20 tahun, 11 Januari 2023).

Seperti yang dikatakan oleh informan dua, dalam penggunaan *genderless fashion* informan terinspirasi oleh salah satu akun *Instagram @abeu.2000*. Menurut informan *fashion* yang digunakan oleh *@abeu.2000* sangat *genderless* dan sesuai dengan karakter dirinya, sehingga membuat informan *terinfluence* dan memiliki keinginan untuk berpenampilan mengikuti *style fashion* yang sama dengan *role modelnya*.

Kemudian, informan lima yakni wanita berumur 20 tahun menyatakan bahwa salah satu *role modelnya* adalah pada akun *Instagram @qamara.asr* yang membuat informan menggunakan *genderless fashion* hingga sekarang. Berikut adalah postingan dari akun *Instagram role model* informan yang juga merupakan pelaku *genderless fashion* :



Gambar 8 : Postingan pada akun *Instagram* yang menjadi *role model* informan.

Adanya *role model* yang menginspirasi informan dapat menjadi salah satu faktor dari penggunaan *genderless fashion* oleh para informan. Pada postingan *Instagram* para *role model* tentu memiliki pesan atau makna pada setiap *fashion item* yang mereka gunakan. Terlihat pada postingan akun @*abeu.2000* dan @*qamara.asr* yang merupakan contoh penggunaan *genderless fashion* dimana adanya unsur kebebasan *gender* dalam penggunaan *fashion* dan bertolak belakang dari norma atau aturan masyarakat. Postingan @*abeu.2000* menggunakan atasan *crop top* yang cenderung memperlihatkan sisi feminim dan dalam postingan akun *Instagram* milik @*qamara.asr* tampil dengan gaya *boyish*, menggunakan cargo gomborong. Sama halnya dengan pengaruh lingkungan, keputusan seseorang dalam

menggunakan *fashion* tertentu dapat terinspirasi karena melihat seseorang yang menjadi idolanya. Setiap style atau cara berpakaian yang digunakan oleh *role model* akan diimitasi. Tentu jelas, hal ini tidak dapat dihindari oleh individu yang memiliki idola dalam penggunaan *fashion*. Adanya *role model* dapat membuat individu tertarik oleh gaya *fashion* tertentu begitu. Contoh kedua akun tersebut, memperlihatkan bahwa penggunaan *fashion* pada *role model* merepresentasikan *style fashion* yang “berbeda” dengan masyarakat kebanyakan dan mereka dapat menginspirasi orang lain melalui postingan *Instagram* mereka dalam penggunaan *style fashion* tertentu.

Media massa juga memiliki peran yang tidak sedikit bagi berkembangnya tren *fashion*, yang kemudian ditiru oleh sebagian masyarakat khususnya anak muda yang ingin tampil trendi dan modis. Adanya peran media, menjadikan masyarakat untuk menyesuaikan cara berpakaian seperti apa yang dikenakan oleh *role model* masing- masing. Benar adanya bahwa sekarang media sosial dapat menjadi pusat perhatian dan dijadikan acuan oleh masyarakat (Trisnawati, 2011: 36).





Gambar 9 : Foto personil NCT dan BTS menggunakan *make-up* dan menari saat perform di atas panggung.

Fenomena ini menjadi standar bagi masyarakat di era modern dan ditambah juga peran media yang ikut menyebarkan kapitalis (Trisnawati, 2011: 37). Sekarang ini sudah banyak kita temui media yang mengkhususkan membahas perkembangan fashion dan lifestyle. Contohnya yaitu banyaknya kemunculan *boyband* Korea

seperti, BTS dan NCT yang berpenampilan menggunakan *make-up* seperti wanita dengan percaya diri mereka meramaikan acara-acara media. Mereka tampil menggunakan pakaian gaul atau glamour, mereka bernyanyi sambil menari sesuai koreografi (gambar 9).

Kemudian bagaimana proses individu tertarik oleh gaya *fashion* yang mereka suka. Apakah *style fashion* yang informan tekuni hanya diperoleh dari *role model* mereka, tentu saja tidak. Dari pengamatan peneliti saat informan mengatakan bahwa,

“Waktu pertama kali saya menggunakan pakaian *genderless*, itu awalnya lihat di *Pinterest* ada foto cowok pakai pakaian cewek tapi kayak keren gitu. Dari situ saya mulai baca-baca artikel dan belajar... Saya mendalami *fashion* dari *Instagram* di akun-akun tentang *fashion* seperti @urbansneakersociety dan di *Youtube* Aquinaldo Adrian” (Laki-laki berusia 20 tahun, 11 Januari 2023).

Kemudian dari pendapat informan, tidak hanya faktor *role model* saja seseorang dengan mudah menemukan *style fashion* yang mereka suka tetapi, *genderless fashion* yang informan anut juga diperoleh dari paparan konten *fashion* seperti *Youtube*, *Pinterest*, juga artikel *fashion*. Hal ini dikarenakan teknologi yang begitu pesat memudahkan seseorang untuk menemukan atau mempelajari sesuatu.

## 5. Lingkungan

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat dipungkiri bahwa kita sebagai manusia akan selalu bergantung dengan makhluk sosial lainnya. Lingkungan adalah faktor penting bagi seseorang dalam bertumbuh dan membentuk karakter pribadi. Baik itu menjadi pribadi yang lebih baik, atau pribadi yang buruk, tergantung bagaimana masing-masing individu berkembang dengan keadaan sekitarnya (Hermawan dan Malau, 2019: 197). Jurnal yang sama mengungkapkan, ketika seseorang berada di lingkungan yang buruk maka yang terjadi seseorang tersebut akan tumbuh dengan pola perilaku dan sifat yang buruk juga. Berkembangnya seseorang dalam lingkungan dikarenakan adanya interaksi antara pribadinya dengan lingkungan sekitarnya. Seseorang yang melakukan interaksi lama-kelamaan akan beradaptasi dengan lingkungannya akibatnya, lingkungan akan membentuk pola perilaku terhadap seseorang tersebut, kemudian mereka akan terbiasa dengan segala sesuatu yang diterapkan oleh lingkungannya.

Keinginan pribadi dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan maksudnya, jika lingkungan mendukung maka keinginan itu dapat terwujud. Pemakaian *fashion* menjadi upaya bagi individu untuk mengkomunikasikan identitas dirinya kepada orang lain. Salah satu Informan melalui wawancara mengaku bahwa melalui komunitas informan merasa diakui keberadaannya sehingga informan dapat membentuk imej dirinya, dan membentuk identitasnya. Dari analisis, ditemukan ketika informan bergabung di komunitas @societyoutfit.id informan merasa lebih nyaman, dapat diterima dan tak ada aturan tertentu dalam penggunaan pakaian.

“Aku gabung di komunitas @societyoutfit.id. Disana aku merasa diakui, dan memiliki teman-teman sejiwa yang sama-sama memiliki *interest* di *fashion* khususnya *genderless fashion* itu sendiri, lebih punya wadah buat *sharing* tentang *fashion* sama anak komunitas @societyoutfit.id ini dan sama sama belajar memahami *fashion*, kan yg kita tau *fashion* itu beragam banget yah” (Wanita 20 tahun, 6 Januari 2023).

Pengaruh lingkungan sekitar dapat mendorong keinginan seseorang. Ketika individu merasa nyaman dengan lingkungannya mereka akan mengikuti bagaimana arus dari lingkungan tersebut. Menurut Hermawan dan Malau menjelaskan terdapat dua kategori dalam kepribadian seseorang yaitu *dependent* dan *independent*. *Dependent* berarti keputusan seseorang dipengaruhi oleh orang lain, atau keputusan seseorang bergantung pada orang lain dan *independent* sebaliknya, yaitu keputusan seseorang yang tidak dipengaruhi oleh orang lain (Hermawan dan Malau, 2019: 197). Tentunya setiap individu memiliki *self control* yang berbeda dengan individu lainnya. Tergantung oleh bagaimana kepribadian individu, latar belakangnya, serta karakternya. Saat berkumpul, memang beberapa anggota komunitas @societyoutfit.id menggunakan *genderless fashion*. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan perbedaannya dengan individu lain dalam suatu kelompok. Kemudian agar tetap diakui eksistensinya, individu berusaha untuk tetap berada pada kelompoknya dan mengikuti gaya hidup yang disepakati.

### **A. Motif Tujuan (In Order To Motives)**

Seperti penjelasan di atas Motif Tujuan (*In Order To Motives*) memiliki arti sebagai adanya suatu tujuan, rencana, harapan, maksud dan minat yang ingin dicapai oleh *genderless fashion* sebagai landasan dalam bertindak dan tujuan itu akan berdampak pada masa depannya (Hermawan dan Malau, 2019: 198). Pada penelitian kali ini, peneliti juga ingin mengetahui motif tujuan dari informan sebagai pelaku *genderless fashion*. Menurut para informan selain mengekspresikan diri, motif tujuan sebagai pemakaian *genderless fashion* adalah bebas dalam berekspresi. Subandy (dalam Hermawan dan Malau, 2019: 198) menjelaskan bahwa, pemakaian *fashion* dapat menjadi alat dalam penyampaian pesan secara nonverbal dan termasuk ke dalam bentuk komunikasi artifaktual dalam ranah komunikasi nonverbal. Walaupun nonverbal, penyampaian pesan melalui *fashion* atau pakaian memiliki arti yang sama dengan bahasa verbal yang digunakan sehari-hari untuk menyampaikan suatu pesan. Melalui wawancara dengan informan telah ditemukannya hasil bahwa motif tujuan dalam penggunaan *fashion* dari informan sebagai pelaku *genderless fashion* adalah untuk menjadi diri mereka dengan jati diri yang sebenarnya dan kebebasan berekspresi di hadapan publik.

**Tabel I. Motif dibalik pemakaian *fashion*:**

<b>Informan 1</b>	<b>Informan 2</b>	<b>Informan 3</b>	<b>Informan 4</b>	<b>Informan 5</b>
Bebas berekspresi	Bebas berekspresi	Menampilkan pesona dan dinamis	Bebas berekspresi	Bebas berekspresi/ tidak terikat norma

Sumber : Wawancara peneliti dengan informan, Desember 2022- Januari 2023.

Saat wawancara peneliti menanyakan, kapan para informan menggunakan *genderless fashion* atau apakah ada waktu tertentu dalam penggunaan *genderless* oleh informan. Kemudian, dari hasil wawancara ditemukan jawaban yang diperoleh peneliti ternyata para informan menggunakan pakaian *genderless fashion* hanya pada saat mereka berkumpul di komunitas *fashion*, atau ingin menghadiri event tertentu.

“Untuk waktu saya menggunakan *genderless fashion* itu pada saat ingin memposting foto di *Instagram*, ikut acara komunitas, kemudian pada *event-event Metal, Pop-Punk*, dan musik keras. Selain itu, saya tidak pernah menggunakan *genderless fashion* untuk pakaian sehari-hari” (Laki-laki usia 20 tahun, 11 Januari 2023)

Seperti yang sudah dijelaskan, bahwa informan pelaku *genderless fashion* adalah anggota dari komunitas *Instagram @societyoutfit.id*, komunitas ini

dijadikan tempat bagi para penggemar *fashion* untuk *sharing* seputar perkembangan atau tren *fashion*. Saat dilakukan pengamatan, peneliti melihat ketika berkumpul para anggota komunitas pastinya menggunakan pakaian yang *fashionable*. Termasuk informan, ketika mengikuti perkumpulan komunitas informan menggunakan pakaian *genderless*. Hal ini bertujuan untuk memberikan contoh kepada para anggota lain bahwa *fashion* yang digunakan bukan hanya sekedar tren tetapi, melalui pemakaian *fashion* mereka dapat mengekspresikan diri mereka atau melalui *style fashion* yang dipilih dapat merepresentasikan kebebasan dalam berekspresi. Adanya komunitas @societyoutfit.id, mengajak orang lain untuk menggunakan *style fashion* yang mereka inginkan.

Bagi informan, *genderless fashion* digunakan ketika mereka mengikuti perkumpulan komunitas atau menghadiri *event* tertentu. Berbeda ketika informan sedang melakukan aktivitas sehari-hari, mereka cenderung tidak menggunakan *genderless fashion*. Melalui pengamatan yang dilakukan peneliti, menurut informan pemakaian *genderless fashion* terbilang sedikit rumit seperti contoh dalam pemakaian atribut atau aksesoris penunjang *fashion* yang membutuhkan waktu. Informan sengaja membedakan *style fashion*nya dibandingkan anggota lain bertujuan untuk menunjukkan citra dirinya kepada anggota lain bahwa pemakaian *genderless fashion* yang bebas berekspresi, berbeda, dan terlihat lebih trendi. Peneliti mengamati bahwa adanya suatu keinginan oleh informan agar dipandang atau dinilai berbeda oleh orang lain melalui pemakaian *fashion*nya. Mereka ingin orang sekitar menilai mereka sejalan dengan perspektif mereka atas nilai dan

58

kepercayaan dirinya. Hal ini diperkuat oleh teori yang mengatakan bahwa, kelompok ini cenderung mengekspresikan keinginan mereka sendiri melalui citra diri dan *mode* lebih dari kelompok lain, bahwa terdapat maksud tertentu tentang bagaimana mereka ingin orang lain memandang dirinya (Eun Jung Shin and Ae-Ran Koh, 2019).

## 6. Identitas Diri

Bernard mengungkapkan bahwa pakaian dapat menjadi alat komunikasi yang dapat membentuk makna, digunakan oleh kelompok sosial sebagai cara mengkomunikasikan identitas mereka sebagai kelompok sosial kepada kelompok sosial lain (Bernard, 1996). Dengan kata lain, identitas seseorang dapat dibentuk melalui pemakaian *fashion*. Sebab pemakaian *genderless fashion* tidak terdapat penggolongan atas stereotip *gender* maka, pelaku *genderless fashion* merasa bebas mengekspresikan dirinya. Dari hasil wawancara, dua informan yaitu informan satu dan dua memiliki identitas diri bebas. Mereka menganggap pakaian yang mengandung unsur feminim sangat wajar digunakan oleh laki-laki, begitu juga sebaliknya. Kemudian, satu informan memiliki pribadi kritis dalam penggunaan *fashion* yaitu informan tiga. Menurutnya, identitas seseorang dapat dilihat dari penampilan, dan bagaimana informan mempresentasikan penampilannya ke publik. Davis (dalam Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh, 2019) mengungkapkan fungsi dari pakaian adalah sebagai tanda identitas diri seseorang maupun orang lain dan juga sebagai alat komunikasi yang efektif dalam interaksi sosial. Bukan hanya sebagai

kebutuhan, *fashion* dapat menjadi pemicu bagi seseorang untuk menunjukkan identitas dirinya, *fashion* jika dikomunikasikan secara rutin maka akan membentuk identitas diri (Lestari, 2014: 237).

Informan tiga berpendapat bahwa penggunaan *genderless fashion* yang informan anut adalah identitas aslinya. Menurutnya, *genderless fashion* murni dari dirinya bahwa, sedari kecil informan sudah memiliki *sense* feminim yang dominan “Jadi, bukan berarti karena gabung di komunitas *fashion* kemudian aku merubah atau membentuk identitas baru. Tetapi, komunitas *fashion* dapat menjadi ruang penyadaran, yang secara perlahan aku jadi sadar sebenarnya identitas asliku” (Laki-laki usia 25 tahun, 18 Januari 2023).

Informan empat yang merupakan pejuang *gender* dan dikenal *non binary*. Sebagai *fashion design* sekaligus pelaku *genderless fashion* informan ingin mengajak semua orang untuk menjadi diri sendiri tanpa takut *toxic masculinity*. Hal ini sejalan dengan Ranathunga dan Uralagamage (2019) mengatakan bahwa, kemunculan *genderless fashion* dilatarbelakangi oleh pemberontakan atas ketidaknyamanan individu terhadap stigma batasan *gender* yang digunakan masyarakat sosial, harus menjadi pria atau harus menjadi wanita. Individu bisa saja merasa bahwa mereka bukanlah bagian dari pria maupun wanita. Jadi, *genderless fashion* dapat menjadi wadah bagi siapapun untuk menunjukkan kebebasan berekspresi dan menjadi diri sendiri tanpa terikat oleh batasan *gender*.

Informan lima memiliki identitas diri *independent* sebab menurutnya, selain bebas berekspresi seseorang yang menggunakan *genderless fashion* memiliki sisi

keberanian dan adanya rasa kepuasan karena berbeda dari orang lain. Sejalan dengan hal itu Trisnawati( 2011: 37) yang mengungkapkan bahwa pemakaian *fashion* sebagai identitas diri merupakan implikasi bagi pengguna *fashion* tentang bagaimana mereka mengkomunikasikan identitas, status, kepribadian, nilai, dan perasaan mereka kepada orang lain. Maka, selain mengkomunikasikan identitas diri, *fashion* juga dapat berguna untuk mengungkapkan status, nilai, kepribadian, dan perasaan seseorang kepada orang lain.

**Tabel II. Konstruksi Identitas :**

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti, didapat hasil identitas diri informan adalah sebagai berikut.

<b>Informan 1</b>	<b>Informan 2</b>	<b>Informan 3</b>	<b>Informan 4</b>	<b>Informan 5</b>
“Sosok yang bebas dan tak terikat <i>gender</i> ”	“Anti <i>gender</i> ”	“Pribadi kritis”	“Pejuang <i>gender</i> /feminis”	“ <i>independent</i> ”

Sumber : Wawancara peneliti dengan informan, Desember 2022- Januari 2023.

## B. Diskusi

Menurut Waterman (dalam Sari, 2020) identitas memiliki arti gambaran diri secara jelas untuk menggapai suatu tujuan yang ingin dicapai, nilai serta kepercayaan dari individu tersebut. Pada jurnal yang sama Ishiyama mengatakan bahwa, identitas diri merupakan suatu proses dari pemulihan yang dapat memperkuat harga diri seseorang. Penggunaan *fashion* pada pelaku *genderless fashion* adalah salah satu cara individu untuk memperlihatkan siapa dirinya atau identitas dirinya melalui pemakaian *fashion*. Hal ini diperkuat oleh tanggapan wawancara salah satu informan “Aku pribadi bisa bilang, identitas seseorang itu bisa dilihat dari bagaimana dia *nge-present* dirinya ke publik, salah satunya dengan *fashion*” (Laki-laki usia 25 tahun, 18 Januari 2023).

Hal ini termasuk ke dalam representasi, menurut Deanda representasi adalah suatu proses pemaknaan kembali objek, fenomena, atau realitas yang menyeluruh atas objek tersebut, fenomena atau realitas itu diinterpretasikan sesuai cara pandang individu atau suatu kelompok dan diungkapkan kembali melalui bahasa. Kemudian, fenomena tersebut akan melahirkan sebuah konsep dan ideologi baru (Deanda, 2021: 3). Lewat penggunaan *fashion*, individu dapat memperlihatkan siapa dirinya ke hadapan publik, dan membangun citra diri. Tentunya, dalam konstruksi identitas pelaku *fashion* dibutuhkannya citra *fashion*. Citra *fashion* adalah cara untuk membentuk identitas diri baik pria maupun wanita (Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh, 2019). Informan ingin menunjukkan citranya ke publik dengan menggunakan *genderless fashion*. Citra yang diinginkan oleh para informan dari penggunaan

*fashion* adalah kebebasan. Mengutip dari hasil wawancara, menurut informan satu filosofi dibalik pemakaian *genderless fashion* adalah

“*Fashion* itu secara general dibuat untuk semua *gender*, *they are made to all gender*... Kalau kita dalam lagi, kayak rok gitu ya, sebenarnya di awal peradaban dunia rok dan *high heels* digunakan untuk cowok tapi, sekarang justru diputar balikkan. Itulah mengapa aku mikir sebenarnya *fashion* itu dibuat untuk semuanya, tapi karena masyarakat kita jadi hal itu di kota-kotakan padahal sama aja, semua *fashion* itu unik” (Laki-laki usia 22 tahun, 31 Desember 2022).

Mansour Fakih (dalam Deanda, 2021: 5) mengungkapkan bahwa perbedaan atas *gender* memiliki sejarah yang panjang dan perlu diteliti lebih dalam karena, menurutnya terdapat proses atas perbedaan *gender* laki-laki dan wanita diantaranya adalah proses pembentukan, sosialisasi, kemudian diperkuat, bahkan dikonstruksi secara sosial atau kultural, melalui ajaran keagamaan maupun negara.

Pada jurnal yang sama Buikema dan Tuin mengungkapkan, hanya terdapat dua kategori *gender* dalam masyarakat sosial yaitu laki-laki dan perempuan. Padahal saat ini, penggolongan *gender* tidak lagi atas dua penggolongan tersebut. Efek pemahaman sebelumnya atas *gender* pun tertanam oleh masyarakat kebanyakan bahwa *gender* secara eksklusif, hanya ada dua (Deanda, 2021: 6).

Reis et al., (2018: 5) menerangkan bahwa pada bulan Januari 2017 American National Geographic membahas sisi yang lebih mendetail tentang jenis-jenis *gender* yang ada, didapatnya masalah khusus tentang revolusi *gender*, masalah

*gender* disiapkan glosarium dari buku “Perangkat Pengajaran *Transgender*” dan memverifikasi bahwa penggolongan atas *gender* tidak hanya maskulin dan feminin, tetapi jelas bahwa setidaknya ada 13 jenis *gender* (secara resmi) mereka temui yaitu, *agender*, *androgini*, *cisgender*, *gender biner*, penyesuaian *gender*, disforia *gender*, ekspresi *gender*, *genderfluid*, identitas *gender*, penanda *gender*, *gender nonconforming*, *genderqueer* dan *non biner*. Dalam edisi National Geographic terdapat juga definisi atas jenis-jenis *gender* dan apa yang membedakannya, di luar 13 jenis *gender* ini, kita tidak dapat lupa untuk mempertimbangkan dalam penyelidikan yang sedang berlangsung ini istilah tanpa *gender* dan istilah *unisex*.

*Fashion* atas *gender* menjadi topik terkini dan tergolong atas beberapa bidang seperti, faktor sejarah-sosial, sosial ekonomi dan budaya, *fashion* dalam *gender* merupakan konstruksi sosial yang diperoleh sepanjang pengalaman dan pengalaman kita dalam kehidupan sehari-hari (Reis et al., 2018: 5). Jurnal yang sama mengungkapkan, meskipun kita hidup di sebagian besar sistem biner, dan terdapat keragaman lain selain feminin dan maskulin. Ini merupakan konsekuensi, karena fakta bahwa setiap orang atau kebanyakan orang mencari individualitas dan identitas mereka sendiri melawan massa masyarakat. Walaupun pemaknaan sejarah *gender* cukup panjang, pelaku *fashion* mempunyai pemikiran tersendiri terhadap makna *gender* dan membawa pemahaman *genderless* dalam fenomena sosial seperti yang ditegaskan oleh informan bahwa “*fashion, they are made to all gender*” Melalui pengamatan peneliti, informan percaya bahwa tidak ada penggolongan *gender* atas *fashion*. Informan sendiri juga tidak memaksa untuk

orang lain setuju dengan pandangannya. Ini dikarenakan pelaku *genderless fashion* sendiri pun sangat bebas dalam memaknai *fashion* yang ia gunakan. Informan benar-benar tidak terjebak oleh feminitas maupun maskulinitas. Tentunya, menurut mereka baik wanita maupun laki-laki bebas menggunakan *fashion* apapun atau, para wanita bebas mengenakan pakaian laki-laki, begitu juga sebaliknya. Argumen ini sejalan dengan teori bahwa adanya bentuk dari model pakaian *genderless fashion* telah memudahkan tataan konsep *fashion* pada umumnya. Dimana model pakaian yang sudah tidak lagi mengarah pada ketentuan *gender* tertentu dan sudah menjadi identitas tersendiri (Deanda, 2021).

Adanya fenomena *genderless fashion* merupakan bagian dari budaya barat dan tak lepas dengan paham liberalisme, dimana penggunaan *genderless fashion* itu memprioritaskan kebebasan dan kesetaraan hak. Menurut Kuntar (2018) Walaupun adanya sistem demokrasi tetap saja liberalisme dapat tumbuh dalam masyarakat modern, hal ini dikarenakan baik liberalisme maupun demokrasi sama-sama mementingkan kebebasan mayoritas. Pada KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) bebas memiliki arti tidak terganggu, atau terhalang sehingga dapat berbicara, bergerak, dan berbuat dengan leluasa. Menurut Fiske (dalam Kuntar, 2018: 7) bebas termasuk ke dalam kata sifat yang paling sering digunakan, dengan makna sebagai “Bebas dengan diri sendiri”. Kebebasan untuk diri sendiri adalah hak mendasar bagi setiap manusia, dan keberadaan *genderless fashion* menjadi salah satu bentuk dari kebebasan yang dapat merepresentasikan identitas diri seseorang, baik laki-laki maupun wanita lewat pemakaian *fashion*.

Dalam penggunaan *fashion* konsep kebebasan dalam berpakaian sebenarnya sudah ada sejak lama. Stuart Ewen (dalam Kuntar menjelaskan, 2018: 7) profesor di Hunter College bertanya kepada salah satu muridnya, tentang bagaimana seseorang dapat menciptakan gaya sendiri, untuk melawan kode- kode *fashion* dominan. Murid tersebut menjelaskan bahwa,

“Saya 12 tahun bersekolah di sekolah katolik. Saat pelajaran bahasa, 8 tahun saya menggunakan seragam dan saya sering kali berusaha memberontak dengan cara sederhana. Misalnya, saya tidak menggunakan dasi yang seharusnya saya pakai atau menggunakan kerah yang salah. Dari situ saya menemukan sedikit kebebasan, dan cara untuk melawan sistem dengan sederhana.

Seperti contoh di atas kebebasan dijadikan sebagai bentuk perlawanan untuk menentang suatu kebiasaan budaya dalam masyarakat. Adanya pemberontakan dengan cara sederhana terhadap kebiasaan yang sudah ada menunjukkan bahwa kebebasan dapat berperan sebagai bentuk dari perlawanan. Fiske (dalam Kuntar, 2018: 8) memaparkan sebuah contoh hasil studi tentang *fashion* menjadi alat mengkomunikasikan kebebasan dilihat dari studi semiotik iklan jeans Levi's 505 dan diperoleh hasil bahwa, melalui iklan jeans Levi's 505 yang membawakan makna kebebasan yang dikaitkan dengan seksualitas feminine. Iklan tersebut dapat menjadi pendukung bahwa *fashion* dapat menjadi sebuah fenomena komunikatif. Contoh- contoh tersebut merepresentasikan bahwa konsep kebebasan selalu dikaitkan dengan perlawanan terhadap nilai yang mendominasi di masyarakat. Adanya *fashion* dapat menjadi bentuk atau cara untuk menyuarakan kebebasan,

kebebasan yang dimaksud dalam hal ini adalah sebuah perlawanan dari kebiasaan atau aturan yang telah dianut oleh masyarakat. Pada hal ini, kebebasan berperan untuk menunjukkan bagaimana seseorang bisa bebas dalam mengekspresikan dirinya dalam bentuk *fashion*.

Giddens (dalam Kuntar, 2018: 8) berpendapat bahwa *fashion* adalah salah satu bentuk modernisasi mengarah pada kehidupan masyarakat Eropa sejak abad ke-17 dan mempengaruhi dunia. Jurnal yang sama, John Naisbitt dan Patricia mengatakan, masyarakat modern memiliki ciri individualism dimana dalam era modern kemenangan individu lah yang menjadi ciri utamanya. Jika dikaitkan dengan *fashion*, fenomena *genderless fashion* dapat diwujudkan sebagai bentuk kemenangan individual karena tidak adanya aturan khusus bagi seseorang untuk mengekspresikan dirinya. Adanya Modernitas juga melahirkan kemungkinan-kemungkinan baru yang dapat membangun identitas personal dimana *fashion* dapat berperan sebagai pemecah masalah bagi keresahan kepribadian masyarakat modern yang selalu ingin mencari hal baru yang dikagumi. Wilson dan Faurschou (dalam Bernard, 2009) mengaitkan modernisasi dengan kemunculan kapitalisme industri. Mereka sepakat bahwa lahirnya *fashion* disebabkan oleh kapitalisme industri. Beriringan dengan pertumbuhan kapitalisme industri, *fashion* ada di dalam asal usul modernitas.

Fenomena budaya menjadi begitu penting, karena di tengah perkembangan *fashion* yang berubah mengikuti zaman memperlihatkan bahwa pola pikir seseorang yang modern lebih *flexible*. Nilai kebebasan semakin diutamakan dan

menjadi bentuk perlawanan bahwa fenomena *genderless fashion* memiliki makna dan sebagai simbol perlawanan. *Genderless fashion* dapat menjadi bentuk perlawanan masa kini yang mengusung konsep kebebasan dalam berpakaian.

Representasi diri adalah konsep tentang bagaimana kita melihat diri kita sendiri sebagai tindakan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk merespon sesuai dengan apa yang kita inginkan (Eun Jung Shin dan Ae-Ran Koh, 2022). Keberadaan penggunaan *genderless fashion* menjadi alat untuk mengkomunikasikan kebebasan bagi seseorang. Penggunaan *fashion* dapat berfungsi untuk membedakan orang dengan orang lain. Kebebasan erat kaitannya dengan pemberontakan, dan *genderless fashion* dilatarbelakangi oleh pemberontakan atas ketidaknyamanan individu terhadap stigma masyarakat tentang batasan *gender*. Kebebasan fenomena tren *fashion* dapat menjadi bentuk perlawanan sebuah tren masa kini terhadap penggolongan masyarakat berdasarkan kelas sosial maupun *gendernya* (Bernard, 2009). Kebebasan dibutuhkan agar tercapainya ekspresi diri karena melalui kebebasan seseorang akan lebih mudah untuk mengekspresikan dirinya (Kuntar, 2018: 14). Hal ini diperkuat dengan jawaban wawancara oleh informan empat, yaitu laki-laki berusia 20 tahun merupakan murid SMK jurusan *fashion design*, informan memiliki prinsip bahwa melalui penggunaan *fashion* informan dapat bebas mengekspresikan diri.

“*Fashion has no gender!* Dan siapapun bisa menggunakan *fashion* untuk *Genderless fashion* dapat bebas mengekspresikan diri, tanpa takut *toxic masculinity* dan sejenisnya. Juga, untuk menunjukkan kebebasan berekspresi

dan menjadi diri sendiri dimana untuk menjadi diri sendiri itu bukan proses yang mudah. *Fashion* itu bebas dipakai siapapun mau pria, atau wanita tanpa memandang ras, suku, agama, dan *gender*” (Laki-laki 20 tahun, 19 Januari 2023).

Fungsi dari penggunaan *fashion* bukan hanya sekedar penutup, tetapi dapat menjadi tren (Handoyo dan Rakhmawati, 2014: 5). Walaupun perkembangan *fashion* mengikuti tren tetapi, penggunaan *genderless fashion* oleh informan, tidak hanya semata-mata karena mengikuti tren. Mereka menggunakan *fashion* sesuai dengan prinsip yang mereka anut. Fenomena *genderless fashion* telah memantapkan dirinya sebagai tren tertentu yang sesuai dengan selera berbagai kelas (Yan dan Kim, 2022). Melalui penggunaan *genderless fashion* informan dapat mengkonstruksikan identitas dirinya, membentuk imej, dan menunjukkan identitas dirinya dimana tidak ada aturan khusus bagi informan untuk dapat mengekspresikan diri.

Selain citra *fashion*, dan kebebasan melalui penggunaan *fashion* oleh pelaku *genderless fashion* terdapat kepuasan oleh informan dalam penggunaan *fashion*. Ketika seseorang menggunakan *genderless fashion* mereka percaya bahwa pakaian yang mereka gunakan terlihat sangat trendi, dan mereka dapat menemukan kepuasan dan kepuasan diri melalui pakaian yang mereka kenakan (Eun Jung Shin and Ae-Ran Koh, 2019). Informan lima berpendapat bahwa, “Menurut aku *genderless* itu lebih memperhatikan kita sebagai cewek terlihat *independent* karena

menunjukkan sisi keberanian kita, dan merasa lebih puas aja ketika pakai pakaian *genderless*” (Wanita usia 22 tahun, 6 Januari 2023).

Kepuasan untuk menjadi diri sendiri dapat diperoleh melalui cara pandang seseorang yang positif mengenai kehidupannya (Wijaya kusuma, 2020: 154). Hal ini sejalan dengan pendapat informan empat yang memandang positif sebagai pengguna *genderless fashion*. Informan memiliki prinsip bahwa tidak ada salahnya jika seseorang berbeda dengan orang lain, walaupun berbeda dengan laki-laki kebanyakan dalam penggunaan *fashion*, informan empat justru memilih jujur menjadi dirinya sendiri, tidak peduli atas pandangan orang terhadapnya, dan lebih percaya diri dengan *fashionnya* dibandingkan mengikuti konstruksi sosial sebagai laki-laki yang justru membuatnya menjadi orang lain. “Aku dikenal sebagai *non biner* yang sering pakai baju *genderless* karena dengan bebas berpakaian aku benar-benar menjadi diri sendiri” (Laki-laki usia 20 tahun, 19 Januari 2023). Oleh karena itu, dapat penggunaan *genderless fashion* oleh informan berfungsi untuk menunjukkan identitas dirinya. Konstruksi identitas diri dari penggunaan *genderless fashion* oleh informan adalah untuk membangun citra diri, kebebasan dalam penggunaan *fashion*, dan kepuasan terhadap diri sendiri.

## BAB IV

### KESIMPULAN

*Genderless fashion* bukanlah tren yang baru muncul saat ini, jauh sebelumnya fenomena *genderless fashion* sudah ada sejak Perang Dunia I dan II. Sejarahnya, dimulai dari pakaian tradisional Skotlandia seperti rok Yunani yang dikenakan laki-laki pada jaman itu, celana panjang atau *trousers* yang dikenakan oleh wanita di belahan Timur dan di Mesir. Lalu, *fashion* menjadi pembanding kelas sosial seseorang, pada abad ke-18 yaitu Revolusi Prancis dan Revolusi Industri merubah politik sosial Eropa dan memunculkan kesadaran masyarakat tentang persepsi cara berpakaian antara wanita dan pria. Keberadaan celana membuat aktivitas pria lebih nyaman dan karakter pria lebih ditonjolkan. Akibatnya, celana menjadi pembeda status sosial pria dan wanita. Kemudian, adanya pemberontakan di negara-negara Barat dan berbagai aliran musik pada tahun 1960-an yang memicu budaya tanpa *gender* muncul kembali seperti, pembebasan seksual, homoseksual, budaya *hippie*, budaya hip-hop, dan gaya Emo. Adanya pengaruh tren budaya tersebut, anak muda tidak lagi menggolongkan pakaian sesuai dengan *gendernya*.

Munculnya *genderless fashion* di Indonesia didominasi dari aliran musik Barat dan juga beberapa artis yang mempopulerkannya seperti, Jefri Nichol, Juan Bione, dan Sivia Azizah yang sering membagikan foto-foto *style genderless* mereka ke akun *Instagram*, sehingga dilihat oleh publik, banyak yang meniru, dan menjadi tren.

Dalam penelitian ini, terdapat lima informan yang dipilih dalam suatu komunitas yang berada di Yogyakarta dan kelima informan ini adalah pelaku *genderless fashion*. Peneliti ingin meneliti tentang motif dibalik pemakaian *genderless fashion* dan konstruksi identitas pelaku. Motif penggunaan *fashion* pada informan bertujuan sebagai konstruksi identitas diri mereka dalam artian, bahwa melalui penggunaan *genderless fashion* informan dengan mudah mengekspresikan apa yang mereka inginkan dan konstruksi identitas mereka yaitu kebebasan. Konstruksi identitas *fashion* informan adalah bentuk ekspresi diri, dimana mereka dapat menjadi diri sendiri tanpa adanya aturan maupun norma dimanapun mereka berada. Melalui penggunaan *style fashion* tertentu, informan dapat membangun citra diri, kebebasan dalam penggunaan *fashion*, dan kepuasan terhadap diri sendiri. Melalui pemakaian *fashion* informan dapat mengkomunikasikan citra diri mereka. Informan memilih *genderless fashion* karena mereka ingin menunjukkan identitas diri mereka yang bebas dan tak terikat oleh pengkotak-kotakan orientasi *gender*.

Pada akhirnya, terdapat representasi pada *subculture*, yaitu (pelaku *genderless fashion*) yang mempertaruhkan citra dari para penggunanya. Bagaimana citra dari representasi itu dikonstruksikan dan menghasilkan *feedback* yang diinginkan para pelaku *genderless fashion* baik disengaja ataupun tidak. Dimana identitas tersebut dijadikan sebagai alat untuk merepresentasikan dirinya, melalui hal tersebut mereka dapat menjadi diri sendiri, mereka dapat menciptakan karakternya tanpa kekangan, aturan, maupun norma walaupun ditempat dimana

mereka tinggal masih asing dengan *subculture* tersebut dan memberikan *feedback* baik atau buruk, yang bagaimana pun mau tidak mau harus dapat diterima atau tidak oleh para pelaku, dalam hal ini, sudah mempersiapkan reaksi dari *feedback* tersebut.

## **KELEMAHAN**

Pertama, penelitian ini hanya meneliti orang-orang yang berada di satu komunitas di *Instagram* yaitu *societyoutfit.id* yang berada di Yogyakarta dimana komunitas ini bukan komunitas resmi yang memiliki struktur keanggotaan sehingga hasilnya bisa jadi berbeda jika dilakukan ditempat dan komunitas lain. Kedua, saat menjawab wawancara para informan memiliki inti jawaban terbilang sama tetapi dengan kata-kata yang berbeda, mengakibatkan peneliti kesulitan dalam hal mendeskripsikan satu-persatu motif ataupun identitas setiap informan karena sebenarnya jawaban mereka sama.

## **SARAN**

Karena adanya keterbatasan penulis dalam penelitian ini dan tren *fashion* tidak ada habisnya maka, diperlukan penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini guna untuk membandingkan hasil penelitian dengan sebelumnya. Serta diperlukannya pengembangan variabel untuk mengetahui faktor-faktor lain mempengaruhi tren pemakaian *genderless fashion*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Tahirah, et al. "European Journal of Molecular & Clinical Medicine." *Impact of Social Media Influencer on Instagram User Purchase Intention towards the Fashion Products: The Perspectives of UMK Pengkalan Chepa Campus Students*, 2020, <http://hdl.handle.net/123456789/1413>. Accessed Kamis April 2023.
- Adinda, Permata. "Hari Gender Non-Biner Sedunia, Apa Bedanya Non-Biner dengan Transgender." 2020. Accessed Selasa Juli 2022.
- "Arti kata identitas - Kamus Besar Bahasa Indonesia." *KBBI*, <https://kbbi.web.id/identitas>. Accessed 10 May 2022.
- Asis, Abdul, and Herianah. "MAKNA SIMBOL PAKAIAN ADAT PERKAWINAN BUTON PADA GOLONGAN KAOMU DAN GOLONGAN WALAKA DI KOTA BAUBAU: KAJIAN SEMIOTIK." 2020, <https://media.neliti.com/media/publications/340575-makna-simbolik-pakaian-adat-tradisional-3c96bb90.pdf>. Accessed Sabtu Juli 2022.
- Barnard, Malcolm. *Fashion sebagai Komunikasi : Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta, Jalasutra, 1996.

Cherry, Kendra. "How Does Observational Learning Actually Work?" *Verywell Mind*, 2019, <https://www.verywellmind.com/social-learning-theory-2795074>. Accessed Kamis April 2023.

Deanda, Tiara Radinska. "ANALISIS POST-STRUKTURALISME PADA GENDERLESS FASHION DI JEPANG SEBAGAI REPRESENTASI AKTUALISASI DIRI OLEH GENERASI MUDA DI JEPANG." vol. 9, 2021, <https://ojs.unikom.ac.id>. Accessed Rabu April 2022.

Diana, Eka, and Mohammad Rofiki. "Analisis Metode Pembelajaran Efektif Di Era New Normal." *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, vol. Volume 3 Nomor 2, 2020, <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/1356/1039>. Accessed Senin November 2022.

Eun Jung Shin, and Ae-Ran Koh. "Korean Genderless Fashion Consumers' Self-image and Identification." *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, vol. 44, 2019. Accessed Rabu April 2022.

Gligorovska, Kristina. "EXPLORATION OF THE GENDER MYTH VIA FASHION MEDIA: Androgyny and Dandyism in Contemporary Fashion Magazines." 2011, <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:444598/FULLTEXT01.pdf>. Accessed Tuesday April 2022.

Gracia, Aurelia. "Siapakah Indonesia Usung 'Genderless Fashion'?" *Magdalene*, 22 Juli 2021, <https://magdalene.co/story/siapakah-indonesia-usung-genderless-fashion>. Accessed Selasa Mei 2022.

Handoyo, Pambudi, and Hilda Nainni Rakhmawati. *KONSTRUKSI DIRI KOMUNITAS "HIJABEE" SURABAYA TERHADAP HIJAB*, vol. 02, 2014, <file:///Users/macbook/Downloads/9084-Article%20Text-12115-1-10-20140820.pdf>. Accessed Sabtu Maret 2023.

Hendariningrum, Retno, and M. Edy Susilo. "Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta." *FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI*, vol. 6, 2008, <https://media.neliti.com/media/publications/103100-ID-fashion-dan-gaya-hidup-identitas-dan-kom.pdf>. Accessed Sabtu April 2023.

Hermawan, Lintang Aura, and Ruth Mei Ulina Malau. "Motif Pada Pria Pengguna Fashion Androgini (Studi Fenomenologi Pada Pria Pengguna Fashion Androgini Di Media Sosial Instagram)." *JURNAL HERITAGE*, vol. 10, 2019, pp. 188 - 200, <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE>. Accessed Rabu Maret 2023.

Kuntar, Wahyu Tri. *REPRESENTASI STREET CULTURE YANG DITAMPILKAN DALAM YOUTUBE H&M*, 2018. [https://repository.unair.ac.id/79545/3/JURNAL\\_Fis.K.107%2018%20Kun%20r.pdf](https://repository.unair.ac.id/79545/3/JURNAL_Fis.K.107%2018%20Kun%20r.pdf). Accessed Selasa Maret 2023.

Langford, Laura. "study.com." *The Social Processes of Cooperation, Competition, and Conflict*, 2022, <https://study.com/learn/lesson/social-processes-cooperation-conflict.html#:~:text=These%20social%20processes%20can%20be,hinder%20the%20development%20of%20society>. Accessed Sabtu Mei 2023.

Lautama, Ciawita Atmadiratna. "GAYA FASHION ANDROGINI DAN KEMUNCULAN SOSOK NON-BINARY." vol. 3, 2021. <https://doi.org/10.37715/moda.v3i1.1795>. Accessed Selasa Juli 2022.

Lestari, Sri Budi. *Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa*, vol. 14, 2014. Accessed Minggu April 2023.

Maulana, Syarifudin. "Konstruksi identitas dan ruang publik jamaah Maiyah Bang Bang Wetan Surabaya." *Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2017, <https://digilib.uinsa.ac.id/19154/>. Accessed Senin Februari 2023.

Pambudi, Nadiah Salsabila Hakim, et al. "Studi Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap Genderless Fashion." *Jurnal RUPA*, vol. 4 nomer 1, 2019, <https://journals.telkomuniversity.ac.id/rupa/article/view/2249/1343>. Accessed Tuesday April 2022.

Panchapakesan, Sandra Maria Correia Loureiro Inês Costa Padma. "International Journal of Retail & Distribution Management." *A passion for fashion: the impact of social influence, vanity and exhibitionism on*

*consumer behaviour*, vol. 45, no. 5, 2017, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJRDM-11-2016-0202/full/html>. Accessed Sabtu April 2023.

Paulicelli, Eugenia. "Project MUSE." *Fashion, Gender and Cultural Anxiety in Italian Baroque Literature*, vol. 20, 2010, pp. 35-46, <https://muse.jhu.edu/pub/210/article/466538/summary>. Accessed Sabtu Mei 2023.

Rais, Muhammad Riswan. "Kepercayaan Diri (Self Confidence) Dan Perkembangannya Pada Remaja." *JURNAL PENDIDIKAN DAN KONSELING*, vol. 12, 2022, <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/al-irsyad>. Accessed Rabu April 2023.

Ranathunga, G. M., and S. R. Uralagamage. "AN INVESTIGATIVE STUDY OF THE ANDROGYNOUS FASHION CONCEPT AND ITS IMPACT ON THE SRI LANKAN FASHION MARKET." 2019, <http://dl.lib.mrt.ac.lk/handle/123/14708>. Accessed Selasa Juli 2022.

Reis, Benilde, et al. "Genderless clothing issues in fashion." 2018. *Research.net*, <https://www.researchgate.net/publication/337114029>. Accessed Rabu April 2022.

Rianto, Puji. *Modul Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta, Komunikasi UII, Juni 2020, p. 129.

Rifayanti, Rina, et al. "PERAN ROLE MODEL DALAM MEMBENTUK PERILAKU PRO-LINGKUNGAN." *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, vol. 7,

2018, pp. 12-23, <http://dx.doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2402>.

Accessed Kamis April 2023.

SARI, RAHMA SUTIA. “SELF IDENTITY PADA REMAJA PENGEMAR KOREAN WAVE DI KOMUNITAS HANSARANG CLUB PALEMBANG.” 2020,

<http://repository.radenfatah.ac.id/17987/5/HALAMAN%20DEPAN.pdf>.

Accessed Selasa Mei 2022.

Savitrie, Dian. “Pola Perilaku Pembelian Produk Fashion pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik N.y.l.a).” 2008, <https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/126658-6027-Pola%20perilaku-HA.pdf>. Accessed Rabu juni 2022.

Siska, et al. “KEPERCAYAAN DIRI DAN KECEMASAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA MAHASISWA.” *JURNAL PSIKOLOGI*, 2003, pp. 67 – 71, [core.ac.uk](http://core.ac.uk). Accessed Rabu April 2023.

Trisnawati, Tri Yulia. “Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi.” vol. 3, 2011, <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/download/268/170>. Accessed Senin April 2022.

Wijaya kusuma, Putri Kumalasari Fadly. “Less Masculine, More Feminine dan Less Feminine, More Masculine: Laki-laki Mengekspresikan Androgini Melalui Fashion.” *Jurnal Emik*, vol. 3 Nomer 2, 2020, <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/download/662/611/>.

Accessed Tuesday April 2022.

Yan, Xin, and Hyun Joo Kim. "Genderless Trends in Modern Fashion."

*Journal of Digital Convergence*, vol. 20, 2022.

## LAMPIRAN

Lampiran penelitian berisi pertanyaan, hasil wawancara peneliti kepada informan, dan dokumentasi berupa foto ketika peneliti sedang mewawancarai Informan. Wawancara dilakukan secara offline dan online melalui chat Instagram masing- masing Informan. Pertanyaan berisi tentang dua rumusan masalah yaitu identitas diri dan motif.

### A. Hasil Wawancara

#### Informan 1

##### a. Identitas Diri

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Perkenalan diri	Kenalin ya aku Rayyan Amrillah, biasa dipanggil Ra Umurku 22 tahun
2.	Dari mana Anda berasal?	Depok
3.	Apa kesibukan atau pekerjaan Anda sekarang?	Aku saat ini aktif bekerja sebagai translator tapi aku punya minat tinggi dibidang <i>fashion</i> itulah kenapa nuangin hobiku saat ini melalui sosial media.
4.	Ceritakan dengan singkat awal hingga akhir Anda dapat terjun ke dalam dunia <i>fashion</i> ?	Oke so, jadi sebelumnya dulu tu aku suka banget s <i>fashion-fashion</i> Korea gitu, aku selalu pengen jadi ka mereka dan disitu aku mulai nih tertarik sama <i>fashion</i> . T awalnya aku memang belum bisa <i>nge-build fashion</i>

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>yang saat ini gitu. Nah, tapi setelah aku pakai Instagram ditahun 2019 aku mulai upload foto <i>fashion</i> aku, karena sudah mulai terinspirasi oleh <i>page-page</i> yang ada Instagram seperti, akun @nusantarafit, dan lain-lain. Nanti dari situlah aku mulai suka, karena dari akunnya yang <i>interest</i>, sama dari aku melihat kreator yang sudah lama awal turun ke dunia <i>fashion</i>. Kemudian, tujuan dan pemakaian <i>fashion</i> ini, aku pengen ngasih tau ke publik kalau <i>fashion</i> itu <i>unisex</i>, tidak di kotak-kotakan. Menurut aku pemakaian <i>fashion</i> adalah cara paling maksimal untuk aku untuk menumbuhkan ide. Ketika menggunakan <i>genderless fashion</i> ada perasaan bangga karena lebih berbeda dan lebih unik dibandingkan orang lain. Aku merasa puas karena inspirasiku dapat tertuang ke <i>fashion</i></p>
5.	<p>Aplikasi apa yang sering dipakai untuk mengupload foto <i>fashion</i>? mengapa?</p>	<p>Selain Instagram, aku juga aktif nih di komunitas Pinterest juga ada komunitas Reddit yang <i>base</i> nya di US. Disitu banyak <i>share</i> opini dan dapat masukan juga dari orang-orang untuk <i>build</i> outfit ku! Aku gabung komunitas Pinterest itu di tahun 2020. Mereka nge <i>reach</i> aku lewat dm untuk bergabung di komunitas mereka. Sebelumnya, aku udah lama ya main di Pinterest tapi memang, akun aku belum dikuasai oleh mereka. Sekarang aku udah gabung di komunitas Pinterest, akun aku sudah dikurasi mereka, dipromo mereka jadi lebih baik gitu. Jadi ada pengaruhnya juga di <i>reach</i> Pinterest aku. Sistem kreator di Pinterest ini merupakan sistem kreator terikat yang harus bikin konten ya</p>

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
		<p>kalo kamu bikin konten disana, kamu bisa <i>share</i> disana n mereka <i>support</i> untuk promosi, untuk bantu konten kamu lebih ke <i>reach audience</i> Pinterest yang banyak. Seperti y aku sebutkan tadi ada aplikasi Reddit! Mungkin masih a ya untuk orang Indonesia. Disitu aku post berbentuk foto sih! Aku akses aplikasi Reddit pake VPN tapi tujuan <i>simply</i> untuk bisa tau gimana nih opini orang luar Indon mengenai outfitku. Dan <i>surprisingly</i> mereka <i>mostly</i> suka</p>

**a. Motif**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	<p>Apa alasan Anda mendalami <i>genderless fashion</i>?</p>	<p>So, awalnya dulu aku <i>post</i> outfit <i>fashion</i> di sosial m lebih ke yang <i>basic</i> aja tapi, makin kesini aku belajar gim caranya mengekspresikan diri aku dan menurut <i>genderless fashion</i> lebih cocok ke karakter aku y sekarang. Kenapa? karena menurut aku <i>genderless fash</i> itu ekspresi yang gak terbatas. Lalu yang kedua, kamu punya banyak cara untuk ngungkapin apa <i>mood</i> kamu konsep kamu melalui <i>fashion</i> tersebut karena, kalau hanya stak di satu jenis <i>fashion</i> saja menurut aku, nanti kita gak <i>evaluate fashion sanse</i> jadi lebih tinggi. Jadi kita cuma stak di <i>fashion</i> yang itu-itu aja, tapi balik lag</p>

		orangnya sih.
2.	Kapan Anda menggunakan <i>genderless fashion</i> ? dan mengapa?	Untuk itu aku gak ada sih, karena aku biasa pakai apa y aku suka aja. Jadi lebih bergantung pada <i>mood</i> disaat itu
3.	Apa filosofi di balik pemakaian <i>genderless fashion</i> bagi Anda ?	Menurut aku sendiri kalau untuk itu, sebenarnya <i>fashion</i> secara general dibuat untuk semua <i>gender</i> , jadi ga ad istilah ini untuk cowok atau ini untuk cewek. Kalau dalam lagi, kayak rok gitu ya, sebenarnya di awal perad dunia rok dan <i>high heels</i> digunakan untuk cowok sekarang justru diputar balikkan. Itulah mengapa aku m sebenarnya <i>fashion</i> itu dibuat untuk semuanya, “ <i>they made to all gender</i> ” tapi karena masyarakat kita jadi hal di kota-kotakan padahal sama aja, semua <i>fashion</i> itu u Karena aku melihat masyarakat yang semakin kompl juga berpengaruh pada pengkotak-kotakan <i>fashion</i> y lebih spesifik.
4.	Apakah Anda memiliki <i>role model</i> (seperti <i>public figure</i> ) yang membuat Anda terinspirasi dalam menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	Yes! Tentu saja, salah satu <i>influencer</i> yang bisa aku seb itu adalah @taylermazaheri ! Outfit-outfit nya selalu inspirasi aku buat <i>rebuild my own</i> outfit.
5.	Adakah <i>clothing brand</i> yang paling Anda suka ketika menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	Untuk outfit biasanya aku pakai banyak kombinasi <i>br lokal sama <i>thrifting</i> sih! Salah satu <i>brand</i> lokal yang s aku beli itu ada Kloud Studio, Hanaka Classic dan Prabun</i>

## Informan 2

**a. Identitas Diri**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Perkenalan diri	Nama saya Aliffitrah Syam Andraswara, umur 20 tahun.
2.	Dari mana Anda berasal?	Malang
3.	Apa kesibukan atau pekerjaan Anda sekarang?	Kesibukan saya saat ini yaitu kuliah, selain kuliah saya jadi <i>fashion</i> konten kreator di Tiktok dan di Instagram.
4.	Ceritakan dengan singkat awal hingga akhir Anda dapat terjun ke dalam dunia <i>fashion</i> ?	Awal saya terjun ke dunia <i>fashion</i> itu di tahun 2021 itu terjun yang maksudnya saya mendalami gitu tapi, k misal saya sudah tertarik belajar <i>fashion</i> itu sejak SMA mulai jadi konten kreator juga saya mulai di tahun 2021. Saya mendalami <i>fashion</i> dari Instagram di akun-akun tentang <i>fashion</i> seperti @urbansneakersociety dan terkandung saya juga belajar di Youtube Aquinaldo Adrian.
5.	Aplikasi apa yang sering dipakai untuk mengupload foto <i>fashion</i> ? mengapa?	Instagram dan Tiktok

**b. Motif**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa alasan Anda mendalami <i>genderless fashion</i> ?	Waktu pertama kali saya menggunakan pakaian <i>genderless</i> itu awalnya lihat di Pinterest ada foto cowok pakai pak

		cewek tapi kayak keren gitu. dari situ saya mulai baca-baca artikel dan belajar yang kemudian saya berani mengenai pakaian seperti itu. Dan saya ingin menunjukkan <i>fashion</i> ga ada gendernya, jadi semua orang bisa pakai.
2.	Kapan Anda menggunakan <i>genderless fashion</i> ? dan mengapa?	Untuk waktu saya menggunakan <i>genderless fashion</i> itu pas saat ingin memposting foto di Instagram, ikut a komunitas, kemudian pada <i>event-event Metal, Pop-P</i> dan musik keras. Selain itu, saya tidak pernah menggunakan <i>genderless fashion</i> untuk pakaian sehari-hari. Untuk <i>daily outfit</i> saya lebih memakai pakaian <i>skater look</i> , itu ur <i>daily outfit</i> saya.
3.	Apa filosofi di balik pemakaian <i>genderless fashion</i> bagi Anda ?	Kalau filosofi dari saya sendiri, yaitu bebas dan tidak ter jadi kita bebas mengekspresikan apapun.
4.	Apakah Anda memiliki <i>role model</i> (seperti <i>public figure</i> ) yang membuat Anda terinspirasi dalam menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	Selain Pinterest saya juga punya <i>role model</i> yaitu instagram @abeu.2000 itu <i>genderless fashion</i> yang pa saya suka di Indonesia.
5.	Adakah <i>clothing brand</i> yang paling Anda suka ketika menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	Kalau saya sendiri, karena menurut saya pakaian <i>brand</i> l kurang ada yang <i>genderless</i> banget jadi biasanya saya baju di <i>brand-brand</i> biasa kemudian saya <i>rework</i> se yang saya mau. Dan jika bukan <i>brand</i> itu ada <i>thrift s</i> namanya @pop.star.thrift

### Informan 3

**b. Identitas Diri**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Perkenalan diri	Namaku Juraiz Taftazani, cuma akrabnya dipanggil Juyce. Umur 25 tahun. Aku tamatan ISI Yogyakarta (2020) dari Jurusan Teater.
2.	Dari mana Anda berasal?	Yogyakarta, tepatnya di Sewon, Bantul.
3.	Apa kesibukan atau pekerjaan Anda sekarang?	Untuk saat ini aktivitasku lebih banyak di <i>photoshoot</i> , <i>styling</i> atau pentas aja sih.
4.	Ceritakan dengan singkat awal hingga akhir Anda dapat terjun ke dalam dunia <i>fashion</i> ?	Aku kebetulan memang suka memperhatikan penampilan dari kecil, naluri itu mah, emang dari kecil bawaan pengen tampil beda. Kemudian masuk kampus seni, dan fasilitas untuk <i>show off</i> dan mengotak-atik penampilan. bersyukur ada yang <i>notice</i> , sekitar tahun 2016 an akhirnya, yang ngajak untuk beberapa <i>project</i> kolaborasi karya. sadar suka tampil beda ketika aku lebih suka pake sepatu Boots kulit untuk sekolah, daripada sepatu sekolah (pajaman itu kayak Ardiles/ Carvil/ Star/ Bata) haha.
5.	Aplikasi apa yang sering dipakai untuk mengupload foto <i>fashion</i> ? <i>mengapa?</i>	Sementara kalau untuk <i>publishing</i> aku masih mengutamakan Instagram, karena kebetulan Instagram adalah aplikasi yang cukup didominasi oleh semua kalangan jadi sekalian untuk <i>branding</i> juga. Kalau platform lain, aku pake Pinterest dan TikTok aja sih.

**c. Motif**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa alasan Anda mendalami <i>genderless fashion</i> ?	<p>Nggak ada alasan lain, selain aku mengamini ba “<i>Fashion</i> itu tidak ber-<i>gender</i>” <i>Fashion</i> itu dina Penampilan itu kan bisa kita <i>create</i> ya, sesuai pesona y ingin kita tunjukkan ke publik. Jadi sebagai manusia, pikir kita sah-sah saja untuk menciptakan penampilan sendiri. Kurang lebih gitu sih karena, bekal ilmu ku juga teater, yang <i>notabene</i> diajarkan soal bermain pe Kemudian selain kuliah teater juga masuk komunitas, jadi punya <i>sense</i> kalau karakter itu bisa diciptakan le penampilan dan ya, aku pribadi bisa bilang ident seseorang itu bisa dilihat dari bagaimana dia nge-<i>pre</i> dirinya ke publik, salah satunya dengan <i>fashion</i>. Lebih ilmu kemarin itu jadi ruang kesadaran, yang se perlahan kita dibikin sadar sebenarnya identitas asli kita apa sih? Gitu haha..</p> <p>Jadi bukan karena aku gabung komunitas terus aku meru atau membentuk karakter/ identitas baru gitu. Identitas murni dari naluri yang ku sebut di awal tadi. Bahwa tern dari kecil aku udah cenderung punya <i>sense</i> feminin y dominan.</p>
2.	Kapan Anda menggunakan <i>genderless fashion</i> ? dan mengapa?	<p>Kalau ini, sebenarnya lebih kepada fungsional sih. momen-momen tertentu yang bikin aku bisa dengan be menggunakan karakter yang androgini. Ada juga yang b aku berpenampilan selayaknya orang pada umumnya. C yang ku maksud fungsional di sini adalah, kalau misal</p>

		nemu baju atau atribut cewe yang aku suka dan bikin nyaman, ya kenapa nggak dipake. Misal, lagi ada <i>e fashion</i> , atau pertunjukan, atau kumpul dengan ker seprofesi dan sejawat.
3.	Apa filosofi di balik pemakaian <i>genderless fashion</i> bagi Anda ?	Filosofi, uhm, ya “ <i>Fashion has no Gender. You can anything as long as You're comfortable and know moment</i> ” Gitusih paling.
4.	Apakah Anda memiliki <i>role model</i> (seperti <i>public figure</i> ) yang membuat Anda terinspirasi dalam menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	Uhm, ada tapi kebetulan bukan orang yg dikenal publik. seniorku, namanya Babam. Nggak ada alasan khusus aku emang suka aja cara dia berpenampilan. T <i>eyecatching</i> tanpa meninggalkan identitasnya.
5.	Adakah <i>clothing brand</i> yang paling Anda suka ketika menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	Nggak ada <i>brand</i> khusus. Selagi aku suka aku beli-beli <i>Thrift</i> suka, <i>rework</i> juga suka kadang kalau emang kebutuhan khusus, aku harus jahit.

#### Informan 4

##### d. Identitas Diri

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Perkenalan diri	Ramon, usia ku sendiri di tahun ini menginjak 20 tahun

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
2.	Dari mana Anda berasal?	Yogyakarta, jalan Wonosari km 10,5
3.	Apa kesibukan atau pekerjaan Anda sekarang?	Kesibukanku untuk saat ini sih nyelesain sekolah ka soa belum lulus haha, Ramon sekolah di jurusan <i>fashion de</i> dan program jurusannya 4 tahun sekolah jadi, ini ta terakhir. Selain menjadi siswa, kesibukan Ramon yang adalah mengurus <i>brand</i> dan menjadi konten kre <i>genderless fashion</i> pada Tiktok @r.a.monnn serta mengerjakan beberapa <i>project</i> dengan klien
4.	Ceritakan dengan singkat awal hingga akhir Anda dapat terjun ke dalam dunia <i>fashion</i> ?	Jadi awal karir Ramon terjun di dunia <i>fashion</i> itu tahun 20 waktu itu Ramon mengikuti <i>fashion design competi Jogja Fashion Week</i> dan menjadi finalis termuda, saat Ramon belum menjadi pemenang, dari situ Ramon le mendalami lagi seputar <i>fashion</i> dengan sering mengi kompetisi <i>fashion</i> di Indonesia bertujuan untuk mengu kemampuan. Akhirnya, Ramon bisa membuktikan den beberapa kali Ramon menjuarai kompetisi <i>fashion</i> menjadi finalis di kompetisi <i>fashion</i> terbesar di Indon seperti <i>event LPM</i> dan <i>MYDC</i> . Nah, dari kompe kompetisi inilah yang membuat Ramon mendapat ban relasi dan semakin menekuni dunia <i>fashion</i> yang kemud Ramon berfokus mengembangkan <i>genderless fash</i> Kemarin pada <i>event LPM menswear JFW 2023</i> Ra menjadi finalis termuda yang mengusung <i>sustainable tex</i> dan <i>genderless style</i> .

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
5.	Aplikasi apa yang sering dipakai untuk mengupload foto <i>fashion</i> ? mengapa?	Aku sering <i>share</i> karya dan aktivitas ku di Tiktok Instagram. Alasan Ramon <i>share</i> di Instagram dan Tik karena platform tersebut mudah digunakan diaplikasikan serta memudahkan klien saat melihat ka <i>project</i> yang Ramon buat. Dengan fitur-fitur yang mum juga memudahkan klien Ramon dalam memesan ka Ramon, selain itu Ramon juga bisa mengedukasi kan sep <i>genderless fashion</i> di platform tersebut dengan leluasa bebas serta dapat dijangkau banyak orang.

**e. Motif**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa alasan Anda mendalami <i>genderless fashion</i> ?	Alasan Ramon mendalami <i>genderless fashion</i> kar menurut pandangan Ramon <i>fashion</i> itu netral. “ <i>Fashion no gender!</i> ” Dan siapapun bisa menggunakan <i>fashion</i> ur mengekspresikan diri mereka tanpa takut <i>toxic masculi</i> dan sejenisnya, jadi pada intinya Ramon ingin meng semua orang untuk menjadi diri mereka dengan jati diri y sebenarnya dan bebas berekspresi. Menurut pandan Ramon juga, <i>fashion</i> itu bebas dipakai siapapun mau p wanita tanpa memandang ras suku agama dan <i>gender</i> .

2.	Kapan Anda menggunakan <i>genderless fashion</i> ? dan mengapa?	Ramon sendiri juga sering memakai <i>genderless fashion</i> dimanapun Ramon pergi apalagi jika ke <i>fashion event</i> . Ramon banyak dikenal sebagai <i>non biner</i> yang sering memakai baju <i>genderless</i> karena dengan bebas berpakaian Ramon benar-benar menjadi diri sendiri. Ramon tidak peduli bagaimana orang memandang Ramon karena mereka punya haknya masing-masing. Ramon sendiri tidak tahu jika proses menjadi diri sendiri itu susah apalagi di negara kita yang kontra banget sama sesuatu yang berhubungan dengan <i>gender</i> .
3.	Apa filosofi di balik pemakaian <i>genderless fashion</i> bagi Anda ?	Filosofi di balik pemakaian <i>genderless fashion</i> menurut Ramon sih kayaknya balik lagi karena pandangan Ramon tentang <i>genderless fashion</i> itu netral dan bisa dipakai siapapun tanpa pandang ras, suku, agama dan <i>gender</i> serta juga untuk menunjukkan kebebasan berekspresi dan menjadi diri sendiri dimana untuk jadi diri sendiri itu bukan proses yang mudah khususnya untuk orang-orang yang suka dengan <i>genderless fashion</i> .
4.	Apakah Anda memiliki <i>role model</i> (seperti <i>public figure</i> ) yang membuat Anda terinspirasi dalam menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	Ramon terinspirasi dari Harry Style.
5.	Adakah <i>clothing brand</i> yang paling Anda suka ketika menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	Beberapa <i>brand</i> yang Ramon suka banget dan Ramon jadikan acuan Ramon ada House of Harry Halim, Ice Harem, Studio Moral dan Danjyo Hiyoji.

### Informan 5

**a. Identitas Diri**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Perkenalan diri	Sebelumnya kenalin nama aku Syifa Azzahra Puspa umur aku 20 tahun.
2.	Dari mana Anda berasal?	Yogyakarta
3.	Apa kesibukan atau pekerjaan Anda sekarang?	Sebagai mahasiswa UST semester 8 dan buat konten <i>fash</i>
4.	Ceritakan dengan singkat awal hingga akhir Anda dapat terjun ke dalam dunia <i>fashion</i> ?	<p>Jaman aku SMP aku udah diajakin ke butiknya tante disitu aku lihat gimana caranya tante aku kerja disana, SMP aku juga udah suka gambar-gambar baju, kemud SMK aku sekolah di jurusan tata busana. Dari sinilah ngulik, cari tahu macem-macem <i>gaya fashion</i>. Terus, kuliah aku juga mengambil jurusan <i>fashion</i>, disini aku mau ngembangin <i>personal branding</i> aku lewat <i>fashion</i>, situ aku suka foto-foto, buat konten untuk posting Instagram, dan mulailah banyak <i>brand</i> yang nge dm ur <i>endorsement</i>. Kemudian, aku gabung di komunitas Soc Disana aku Merasa diakui, dan memiliki teman-te sejiwa yang sama-sama memiliki interest di fash khususnya <i>genderless fashion</i> itu sendiri, lebih punya wa buat sharing tentang <i>fashion</i> sama anak komunitas Soc ini dan sama sama belajar memahami <i>fashion</i>, kan yg tau <i>fashion</i> itu beragam banget yah</p>

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
5.	Aplikasi apa yang sering dipakai untuk mengupload foto <i>fashion</i> ? mengapa?	Cuma fokus ke Instagram aja sih, soalnya platf Instagram mudah digunakan dan banyak orang pakai, lebih senang aja ketika aku <i>share</i> konten OOTD jadi menginspirasi mereka yang menonton

### b. Motif

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa alasan Anda mendalami <i>genderless fashion</i> ?	Karena dari dulu aku suka <i>fashion</i> , ketika aku belajar SMK, belajar tentang <i>fashion</i> , menjahit dan lainnya. merasa <i>fashion</i> aku lebih ke <i>genderless</i> , aku mulai jahit-jas cowok untuk aku pakai, menurut aku <i>genderless</i> itu lebih memperhatikan kita sebagai cewek terlihat <i>independ</i> karena menunjukkan sisi keberanian kita, dan merasa lebih puas aja ketika pakai pakaian <i>genderless</i> .
2.	Kapan Anda menggunakan <i>genderless fashion</i> ? dan mengapa?	Memang sehari-hari seperti itu, walau kadang aku <i>mix</i> s baju-baju formal, dan terkadang kalau ada acara tertentu apalagi acara <i>fashion</i> gitu, aku lebih suka aja pakaian seperti <i>genderless</i> ini
3.	Apa filosofi di balik pemakaian <i>genderless fashion</i> bagi Anda ?	Berani keluar dari zona nyaman. Menurut aku, orang-orang yang menggunakan <i>genderless</i> itu berani mengutarakan yang dia mau, sukai, dan kepribadiannya, lewat <i>fashion</i> . Mereka berani keluar dari norma-norma yang semesta

		norma-norma yang ada.
4.	Apakah Anda memiliki <i>role model</i> (seperti <i>public figure</i> ) yang membuat Anda terinspirasi dalam menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	<i>Role model</i> aku adalah pasangan muda @qamara.asr Rian Adrian.
5.	Adakah <i>clothing brand</i> yang paling Anda suka ketika menggunakan <i>genderless fashion</i> ?	<i>Brandnya</i> Qamara dan Rian <i>brand</i> @hecat.es.official s @demoan.id menurutku, <i>brand</i> yang mereka punya merepresentasikan <i>genderless fashion</i> .

## B. Dokumentasi



Gambar 10 : Proses wawancara peneliti kepada informan.