

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Fashion* telah menjadi elemen penting dalam kehidupan sosial sehari-hari kita. Sebagaimana diungkapkan oleh Alison Lurie (1981) dalam karyanya, *Fashion* dapat berbicara untuk kita, menyampaikan pesan tentang identitas kita. *Fashion* bukan hanya sekadar pilihan pakaian, melainkan sebuah bentuk ekspresi diri yang mencerminkan nilai-nilai budaya, gaya hidup, dan kepribadian seseorang. Seiring dengan perkembangan zaman, tren mode menjadi semakin dinamis, memainkan peran yang signifikan dalam membentuk citra individu dan menjalin hubungan sosial. Dengan kata lain, pilihan berbusana tidak hanya menciptakan gaya personal, tetapi juga menjadi medium komunikasi non-verbal yang dapat membangun konektivitas antarindividu dalam masyarakat.

Menurut survei oleh Marks & Spencer dan Oxfam (2016), wanita menghabiskan rata-rata 17 menit per hari untuk mempertimbangkan pakaian yang akan mereka kenakan, sementara pria menghabiskan waktu hingga 13 menit untuk merancang lemari pakaian mereka. Survei ini juga memberikan landasan bagi penerapan teori dramaturgi Erving Goffman, khususnya melalui konsep identitas, manajemen kesan, dan presentasi diri. Dengan melibatkan diri dalam proses menghias diri, setiap individu secara tidak langsung berpartisipasi dalam pertunjukan sosial, menciptakan narasi visual yang mencerminkan aspek-aspek tertentu dari identitas mereka.

Dalam konsep dramaturgi sosial yang diusung oleh (Goffman, 1979), menggambarkan interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan di atas panggung, di mana individu secara aktif mengelola penampilan mereka untuk mengendalikan persepsi orang lain tentang diri mereka. Dalam kerangka ini, *fashion* menjadi salah satu elemen kunci yang digunakan oleh individu untuk menyampaikan pesan

tentang identitas, status, dan peran sosial mereka kepada dunia luar. Goffman menekankan bahwa pilihan *fashion* bukan hanya sekadar fungsional untuk melindungi tubuh, tetapi juga merupakan strategi komunikasi simbolik yang kuat dalam membangun citra diri dan berinteraksi dengan orang lain dalam masyarakat.

Dalam menilik perjalanan waktu dan sejarah, *fashion* banyak memainkan peran penting dalam mengubah peran gender dan menciptakan kesetaraan. Pada awal abad ke-20, ketika perempuan mendapatkan kesempatan untuk bekerja, *fashion* wanita mengalami revolusi. Dampak lanjutan dari revolusi ini memungkinkan bagi para perempuan untuk berpakaian lebih mirip pria dan membebaskan diri mereka dari norma-norma sosial yang telah ada. Desainer dan merek ternama seperti *Yves Saint Laurent (YSL)*, *Alexander McQueen*, dan *Chanel* telah berperan dalam menggugat norma-norma gender melalui desain busana androgini.

Selain itu, ada upaya dari desainer untuk mengekspresikan konsep androgini dalam peragaan busana, memberikan contoh bahwa identitas gender tidak harus membatasi ekspresi *fashion*. Merek seperti *Balenciaga*, *Kate Moss*, *Jean Paul Gaultier*, *Gucci* dan *Dior* telah menciptakan momen-momen yang memperlihatkan keberagaman dalam identitas gender.



Gambar 1.1 *Gucci Men's Fall And Winter 2015-16 Collection*

Sumber : *Design Boom*. 2022. *Alessandro Michele Top Moments Gucci*

Ruang lingkup Androgini mencakup di antaranya ciri-ciri maskulin dan feminine telah muncul sebagai bentuk ekspresi gender yang semakin diterima dalam budaya populer. Desainer seperti *Gucci* dan *Burberry* berusaha menghapus label gender dalam fashion mereka dan memperkenalkan koleksi yang mengaburkan batasan tradisional antara peran gender. Dengan adanya perubahan ini, androgini bukan hanya menjadi tren dalam industri *fashion*, tetapi juga mempengaruhi masyarakat secara lebih luas, termasuk media dan politik (Huffington Post, 2017). Dengan demikian, *fashion* tidak hanya menjadi bentuk seni atau gaya, tetapi juga menjadi alat yang kuat dalam membentuk dan mengubah norma sosial seputar identitas dan peran gender.

Pada akhir tahun 2016, Jepang dihebohkan oleh peragaan busana *Tokyo Girls Collection* yang memperkenalkan tren *Genderless Fashion*, yang kemudian menjadi populer di kalangan pemuda Jepang (Medium, 2016). *Genderless Fashion* atau *Genderless-Kei*, adalah gaya berbusana androgini, tanpa mengikuti stereotip pakaian khusus untuk perempuan atau laki-laki, serta tidak terikat oleh norma-norma gender.



Gambar 1.2 *Genderless-kai*

Sumber : Instagram @ \_sweatm

Para pemuda *genderless-kai* memiliki kesamaan dalam gaya rambut yang mencolok, kontak lensa berwarna, mengenakan pakaian Wanita, dan sepatu dengan sol tebal. Mereka juga menonjolkan sisi estetika penampilannya dan menggunakan

riasan wajah. Menurut Toman (2016) *Genderless-kai* hanya mengenakan gaya berpakaian sesuai dengan selera mereka dan dari situ, tren ini menyebar dengan sendirinya.

Pada Met Gala 2019, Harry Styles yang merupakan seorang penyanyi internasional asal Inggris yang tidak hanya memainkan peran penting dalam industri musik tetapi juga menjadi ikon fashion, menciptakan sensasi dengan penampilan konsep androgini yang mencolok. Dengan mengenakan *sheer black top* karya Gucci, *high-waisted black trousers*, *color-coordinated heels*, dan anting mutiara, Styles secara eksplisit mengekspresikan pandangannya terhadap androgini dan mengacaukan norma gender yang konvensional. Keberaniannya untuk mengeksplorasi *fashion* sebagai medium identitas gender menciptakan gelombang perbincangan di kalangan masyarakat dan industri fashion.



Gambar 1.3 *Gucci, after all, loves to push boundaries*

Sumber : *Vouge Article*. 2019. *Harry Styles Freed the Nipple on the Met Gala Red Carpet*

Pada tahun berikutnya, Styles membuat sejarah sebagai pria pertama yang menjadi sampul *Vogue Magazine* pada edisi khusus "*Playtime with Harry Styles*". Penampilannya yang menggoda dan eksentrik tidak hanya menonjolkan evolusi konsep gender dalam industri fashion tetapi juga menegaskan bahwa fashion dapat

bersifat *genderless*. Pada sesi wawancara dengan *Vogue*, Styles mengungkapkan bahwa ia senang bermain-main dengan *fashion* dan menolak untuk membatasi dirinya secara gender terhadap pilihan pakaian.

Dalam konteks inilah penelitian ini berfokus untuk mengeksplorasi evolusi konsep gender melalui fenomena androgini pada *fashion*, dengan Harry Styles sebagai studi kasus yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali makna dan dampak dari tindakan Harry Styles yang secara konsisten mengekspresikan identitasnya melalui *fashion* dengan konsep androgini yang mengacaukan norma gender.

## **1.2 Identifikasi Masalah/ Fokus Penelitian**

Pada penelitian terdahulu, terdapat banyak pembahasan mengenai representasi androgini seperti pada jurnal penelitian Nadya Fhebrianty dan Roswita Oktavianti (2019) dengan judul “Representasi Identitas Androgini di Media Sosial”. Penelitian ini dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai proses representasi androgini di media sosial, khususnya Instagram. Perilaku androgini dalam merepresentasikan diri di platform media sosial Instagram menjadi objek dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa androgini memilih untuk memvisualisasikan diri mereka di media sosial dengan tiga bentuk representasi utama, yaitu : representasi mental, representasi bahasa dan representasi sosial. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Adireza dan Aprianti (2021) dengan judul “Representasi Androgini Dalam Film Pendek Kado (Analisis Semiotika Roland Barthes)”. Penelitian ini mengangkat objek representasi androgini yang direpresentasikan oleh seorang perempuan, dimana terdapat makna denotasi berupa sikap maskulinitas yang ditampilkan oleh seorang perempuan, makna konotasi berupa ungkapan yang menunjukkan ekspresi dari subjek yang merupakan seorang perempuan yang memiliki penampilan maskulin untuk dapat diterima dan tidak di diskriminasikan, terakhir yaitu makna mitos, dimana ayah dari subjek melakukan penolakan terhadap sikap maskulin subjek dan mengharuskan subjek yang merupakan seorang

perempuan memiliki sikap feminim. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Belinda (2022) dengan judul “Persepsi dan Reaksi Generasi Z Terhadap Fenomena Gender Fluid dan Gaya Fesyen Androgini”. Penelitian tersebut berfokus terhadap persepsi Generasi Z terhadap fenomena gender fluid dan androgini. Terdapat banyak persepsi dan reaksi berbeda terhadap fenomena tersebut, namun Generasi Z cukup terbuka terhadap untuk dapat menerima fenomena gender tersebut terutama konsep androgini yang banyak ditunjukkan pada cara berpakaian. Dari ketiga penelitian tersebut, penulis membandingkan dengan penelitian Wahyudi, et al (2023) dengan judul “Analisis Semiotika Identitas Androgini Pada Iklan Pantene *Miracles Hair Supplement* Baru Edisi Keanu Agl” Fokus penelitian terletak pada penggambaran identitas androgini dalam iklan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dalam iklan tersebut, Keanu Agl, sebagai seorang androgini, cenderung menonjolkan sifat femininnya, walaupun masih mempertahankan unsur maskulin, serta dalam pengidentifikasian androgini dapat dilakukan melalui berbagai aspek, seperti penampilan (termasuk pakaian dan riasan) dan gesture (cara bicara, mimik wajah, dan gerakan tubuh). Selain itu, penelitian ini juga mengatasi beberapa mitos yang mungkin berkembang seputar androgini, seperti pandangan bahwa androgini adalah kelompok "*liyan*" dan bahwa keberadaan androgini hanya merupakan strategi pemasaran untuk memperluas pasar.

Dari empat judul penelitian terdahulu, peneliti menarik kesimpulan dari masing-masing penelitian yang berkaitan dengan representasi androgini. Penelitian yang pertama oleh Fhebrianty dan Oktavianti (2019) mengenai representasi androgini pada media sosial, khususnya Instagram, menunjukkan bahwa individu androgini memilih tiga bentuk representasi utama: representasi mental, representasi bahasa, dan representasi sosial. Sementara itu, penelitian oleh Adireza dan Aprianti (2021) melalui analisis semiotika Roland Barthes pada film pendek "*Kado*" menyoroti representasi androgini oleh seorang perempuan, dengan makna denotasi, konotasi dan mitos yang mencerminkan upaya untuk diterima tanpa diskriminasi terkait sikap maskulinnya. Penelitian Belinda (2022) tentang persepsi Generasi Z terhadap gender fluid dan androgini menunjukkan bahwa generasi tersebut cenderung terbuka terhadap fenomena tersebut, khususnya dalam konteks gaya

berpakaian. Sementara itu, penelitian Wahyudi, et al (2023) pada iklan Pantene menyoroti identitas androgini, khususnya Keanu Agl, yang menonjolkan sifat femininnya dalam konteks pakaian, riasan, dan gesture. Penelitian ini juga membantah beberapa mitos seputar androgini, seperti pandangan bahwa itu hanya strategi pemasaran atau kelompok "liyan". Keseluruhan penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai representasi androgini dalam berbagai konteks dan memperkaya pemahaman kita tentang cara individu tersebut membangun identitas mereka. Sedangkan pada penelitian saat ini dapat disebut baru, karena mengangkat representasi androgini yang ditampilkan oleh tokoh terkenal yaitu Harry Styles, menitik beratkan pada gaya berbusana dengan konsep androgini sebagai bentuk ekspresi diri tanpa memandang gender seseorang yang ditampilkan pada situs web *Vouge Magazine* edisi *Playtime with Harry Styles*.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan indentifikasi masalah yang dibuat dan untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti memfokuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

“Bagaimana Harry Styles merepresentasikan aspek-aspek androgini pada situs web *Vouge Magazine* edisi *Playtime with Harry Styles*” ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis representasi androgini melalui busana yang dikenakan oleh Harry Styles, penampilan fisik, serta gesture tubuh, dengan melakukan analisis konten dari foto Harry Styles pada Situs Web *Vouge Magazine* edisi “*Playtime with Harry Styles*”. Peneliti tidak akan berfokus pada orientasi seksual atau media yang digunakan untuk mengunggah foto tersebut.

## 1.5 Signifikansi Penelitian

### 1.5.1 Manfaat Akademis.

1. Berkontribusi pada pemahaman tentang hubungan antara *fashion* dan gender.
2. Penerapan konsep-konsep teoritis seperti Semiotika Charles Sanders Peirce, dan teori *Gender Performance* oleh Judith Butler dalam konteks *fashion*

### 1.5.2 Manfaat Sosial/ Praktis.

1. Membantu dalam mengembangkan kesadaran masyarakat tentang inklusivitas gender dan peran mode dalam meruntuhkan stereotip gender.
2. Memberikan inspirasi bagi individu yang merasa terkait dengan konsep androgini.

