

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion atau cara berpakaian adalah salah satu bentuk komunikasi nonverbal. Melalui *fashion* ini remaja mencoba mengomunikasikan identitas diri dan mengekspresikan ide-ide kreatif yang ada di dalam pikiran. Bagi remaja, *fashion* juga merupakan upaya untuk menciptakan ciri khas dan menonjolkan keunikan mereka. Dari pilihan *fashion* yang khas, para remaja merasa lebih dikenali dan dianggap eksis dalam lingkungan sosialnya. Dengan berbagai pilihan *fashion* yang ada, seseorang dapat mencerminkan siapa diri mereka yang sesuai dengan kepribadian mereka (Purbaya, 2022).

Fashion memiliki beberapa kekuatan yang langsung untuk diketahui umum. Secara intuitif, dapat disimpulkan bahwa seseorang menyampaikan pesan tentang dirinya sendiri melalui *fashion* dan busana yang dikenakannya. Pilihan busana biasanya sesuai dengan suasana hati seseorang, atau siapa yang akan ditemui, sehingga memperkuat pandangan bahwa *fashion* berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan identitas kepada orang lain dan menegaskan pandangan bahwa *fashion* dan busana dipergunakan untuk mengirim pesan tentang diri seseorang pada orang lain. *Fashion* dan busana sering kali membuat penilaian terhadap nilai sosial atau status orang lain berdasarkan apa yang dipakai orang tersebut (Mudiawati., 2020). *Fashion* juga dapat digunakan untuk membuktikan dan membuat pernyataan, nilai maupun status sosial seseorang, sehingga pakaian dan *fashion* sering digunakan untuk mendukung kegiatan berkomunikasi (Ferdianto R.R., 2019).

Pada saat ini banyak remaja yang mengekspresikan identitas dan kepribadian mereka dengan bermacam-macam gaya *fashion*, salah satunya *Korean Style*. *Korean style* adalah gaya berpakaian yang terinspirasi dari korea selatan yang saat ini banyak digemari oleh anak muda di Indonesia. *Korean style* juga dapat memberikan sinyal tentang nilai-nilai atau kepribadian yang diinginkan. *Korean style* yang sangat dipengaruhi oleh budaya K-pop, juga memiliki peran besar dalam

pembentukan identitas gender. Para idol K-pop, dengan gaya busana mereka yang beragam, memecah batasan tradisional antara maskulinitas dan feminin, sehingga memperkenalkan spektrum baru dalam ekspresi gender. Idol pria seringkali tampil dengan pakaian berwarna pastel, *make-up*, dan aksesoris yang biasanya dianggap feminin di banyak budaya, sementara idol wanita sering tampil dengan gaya berani dan *edgy* yang menantang stereotip gender konvensional.

Penampilan dari para idol K-pop ini telah menjadi referensi utama dalam dunia *fashion*, terutama bagi para penggemarnya yang melihat mereka sebagai ikon identitas. Gaya mereka mengomunikasikan bahwa ekspresi gender bisa menjadi lebih fleksibel dan bebas dari batasan tradisional. Hal ini memungkinkan para penggemar dari berbagai belahan dunia untuk mengekspresikan identitas gender mereka dengan lebih terbuka dan berani, tanpa takut akan norma-norma konvensional. *Fashion K-Pop* memungkinkan individu untuk mengeksplorasi berbagai sisi maskulinitas atau feminitas yang unik bagi diri mereka.

Korean style dalam K-Pop juga telah menciptakan ruang di mana *Gender-Neutral Fashion* (Busana Netral Gender) menjadi lebih diterima dan populer. Banyak idol K-Pop mengenakan pakaian *unisex*, yang membuat para penggemar merasa nyaman mengekspresikan diri tanpa harus terbatas pada kategori pakaian “pria” atau “wanita”. Ini juga menciptakan identitas yang lebih inklusif, memungkinkan orang untuk merasakan kebebasan dalam memilih gaya yang paling sesuai dengan jati diri mereka. Dengan begitu, *Korean style* dalam K-Pop bukan hanya tentang mengikuti tren tetapi juga tentang membentuk cara pandang baru dalam memahami identitas gender. Pada konteks ini gaya busana K-Pop adalah alat komunikasi nonverbal yang kuat, mengirimkan pesan bahwa identitas gender dapat diekspresikan dengan bebas, dan individu dapat memiliki gaya yang mencerminkan diri mereka tanpa terikat oleh label tradisional.

Jenis kelamin adalah karakteristik biologis yang melekat pada diri seseorang saat ia lahir, yaitu laki-laki atau perempuan. Karakteristik ini tidak dapat dipertukarkan kecuali melalui operasi kelamin. Sebaliknya, gender merupakan perbedaan seksual, perilaku, tanggung jawab, pekerjaan dan profesi, juga dalam hal

tertentu seperti sesuatu yang dianggap tabu berbeda bagi perempuan dan laki-laki. Pada awalnya perbedaan tersebut memang alami atau *nature* kemudian berkembang menjadi *nurture* yang merupakan konstruksi tentang karakter feminin dan maskulin yang sifatnya lokal, Ruth Wodak, dalam (Simpson & Mayr, 2010).

Lestari mengungkapkan bahwa berbusana berarti menyampaikan pesan, penyingkap identitas sebagai personal maupun identitas kelompok. Persoalan berbusana sebagai identitas merupakan bentuk dialektika sosial dalam mengartikulasikan realitas. Busana menyampaikan pesan-pesan dan merupakan pencitraan untuk menegaskan fungsi-fungsi sosial dalam informasi sosial. Selain itu, busana juga berfungsi untuk menyatakan status sosial dan standarisasi norma melalui penggunaannya (Sandy, 2023). Bahkan pakaian atau busana dapat menyampaikan pesan, bahkan pakaian terlihat sebelum suara terdengar. Hal tersebut kerap terlihat dalam kehidupan sosial dimana seseorang sudah menilai individu lain melalui apa saja yang sedang dikenakannya saat itu, bahkan sebelum mereka melakukan komunikasi verbal (Kefgen dan Touchie dalam Abysa, 2022). Dapat disimpulkan bahwa *fashion* merupakan bentuk atau fenomena komunikatif yang diterapkan oleh suatu kelompok maupun individu untuk mengkomunikasikan identitasnya, karena *fashion* memiliki cara nonverbal untuk menghasilkan makna serta nilai-nilai sebuah pesan. Di era ini, *fashion* tidak hanya sekedar sebagai kebutuhan primer namun juga menjadi media komunikasi yang menyampaikan identitas seseorang, sosial serta budaya di lingkungannya.

Fashion membuat setiap individu dapat mengekspresikan apa yang sedang dirasakan melalui pilihan warna, corak ataupun model yang digunakan karena fashion dipandang memiliki suatu fungsi komunikatif. Dengan demikian, apakah fashion dan busana dapat diperlakukan analog dengan dengan bahasa lisan dan tertulis yang dapat menciptakan identitas pemakainya dihadapan publik, Subandy dalam (Sandy, 2023). Malcolm Barnard (2019), *fashion* memiliki peran utama dalam memahami dunia, sehingga menjadikannya sebagai fungsi komunikatif. Ia juga menyatakan bahwa *fashion* juga melibatkan sistem makna yang terstruktur. Sistem ini mencakup keyakinan dan nilai-nilai yang memungkinkan individu untuk

membangun identitas melalui sarana komunikasi yang digunakan dalam *fashion*. Oleh karena itu, baik sadar maupun tidak sadar, apa yang ditampilkan seseorang akan mengkomunikasikan gambaran dirinya kepada orang lain. *Fashion* digunakan sebagai salah satu simbol yang digunakan oleh seseorang untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Apa yang dikenakan seseorang dapat memengaruhi persepsi orang lain tentang “Siapakah Anda” termasuk kelas sosial, keseriusan atau kesantiaian, afiliasi politik, keglamoran dan keeleganan seseorang, *sense of style* seseorang serta kreativitas seseorang (Bernard, 2019).

Komunikasi nonverbal meliputi semua stimulus nonverbal dalam sebuah situasi komunikasi yang dihasilkan, baik oleh sumbernya maupun penggunaanya dalam lingkungan yang memiliki nilai pesan yang potensial untuk menjadi sumber atau penerima (Samovar dalam Laura, 2019). Komunikasi nonverbal merupakan elemen penting dalam perilaku manusia. Terdapat beberapa klasifikasi komunikasi nonverbal, di antaranya adalah penampilan, Gerakan tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, dan sentuhan. Setiap budaya, memiliki komunikasi nonverbal yang unik beraneka ragam, dan tidak sama satu dengan yang lainnya.

Pada saat ini, banyak remaja yang sangat dipengaruhi oleh tren *fashion Korean style* yang terinspirasi dari idola K-pop. Gaya ini berkembang sebagai bagian dari demam Hallyu, di mana remaja sering kali mengadopsi elemen-elemen gaya berpakaian yang populer di kalangan bintang K-pop sebagai bagian dari pencarian jati diri dan ekspresi identitas mereka. Salah satunya terinspirasi dari girl group Aespa generasi keempat yang berasal dari Korea Selatan yang didirikan oleh SM Entertainment, grup ini terdiri dari empat anggota yaitu Karina, Giselle, Winter dan NingNing. Aespa dikenal sebagai grup yang memadukan pesona nyata dan virtual melalui konsep dunia paralel. *Girl group* ini memberikan pengalaman sebagai idola maupun representasi perempuan muda yang menjalani proses pendewasaan dengan berbagai macam pengalaman bermakna dan menyenangkan (Sukmawati, 2025). Nuranda dalam (Ananda, 2024) menjelaskan bahwa girl group ini mengembangkan konsep virtual tersebut untuk mengupayakan revolusi terbaru didalam dunia K-pop yang tidak ada sebelumnya. Konsep Virtual Avatar pada

Aespa ini ditetapkan menjadi sebuah konsep Alter Ego Digital. Pada konsep ini mendefinisikan versi digital manusia sehingga diwujudkan melalui kehadiran internet sebagai presentasi diri mereka. Penggunaan Virtual Avatar pada Aespa merupakan suatu representasi yang mewakili bagian dari suatu objek digital yang dimuat sebagai konten dalam penambahan modifikasi pada konsep virtual. Sehingga konsep tersebut menjadi salah satu aspek untuk menghibur para fans Aespa.

Fenomena ini terlihat dalam kesediaan remaja untuk meniru gaya berpakaian, aksesoris, dan bahkan potongan rambut idola mereka, seperti yang tercermin dalam berbagai budaya populer korea. Penelitian menunjukkan bahwa para remaja tidak hanya melihat K-pop sebagai hiburan, tetapi juga mengadopsinya sebagai gaya hidup yang memengaruhi selera *fashion* dan estetika mereka secara keseluruhan (Widiarti, 2023). Pengaruh tren K-pop pada remaja juga menunjukkan bahwa mereka cenderung memilih pakaian yang mencerminkan gaya yang dibawa oleh idol-idol K-pop, seperti model pakaian campuran warna cerah dan kontras yang mencerminkan kepribadian serta identitas unik mereka. Gaya ini tidak hanya menguatkan rasa percaya diri, tetapi juga menjadi sarana untuk merasa terhubung dengan kelompok sosial yang memiliki ketertarikan yang sama terhadap budaya K-pop (Zhong, 2023).

Semakin lama budaya korea selatan akhirnya terbentuk dan dijadikan sebagai identitas diri para remaja dengan melalui *fashion* yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Para remaja yang begitu menyukai idolanya yang mereka lihat melalui media sosial mereka jadikan sebagai seorang figure untuk *role model* dalam gaya berpakaian mereka. *Fashion* berperan penting dalam membentuk identitas diri remaja (Pane, 2023). Kehadiran *fashion* K-pop memungkinkan remaja menonjolkan ciri khas gaya berpakaian mereka, sehingga mereka dapat lebih dikenal dan diterima dalam interaksi sosial (Yoga, 2023). Pengguna *fashion* K-pop, terutama remaja pria atau *fanboy*, menghadapi berbagai permasalahan dalam proses mengadopsi dan menampilkan gaya *fashion* ditengah masyarakat. Salah satunya ialah stigma dan persepsi negatif dari masyarakat. Penggemar pria sering kali

dianggap melanggar norma maskulinitas tradisional. Gaya berpakaian seperti *oversized*, warna pastel dan aksesoris yang dianggap “feminin” memunculkan anggapan bahwa pengguna kurang maskulin atau bertentangan dengan standar gender tradisional. Stigma ini sangat berdampak pada kepercayaan diri dan juga menimbulkan tekanan sosial bagi remaja yang ingin mengekspresikan identitas secara bebas melalui *fashion*.

Secara keseluruhan, adopsi tren *Korean style* oleh remaja menggambarkan pergeseran identitas sosial dan estetika yang mereka alami di tengah pengaruh budaya global, di mana *fashion* dari K-pop tidak hanya dipandang sebagai pakaian, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi identitas dalam kehidupan sosial mereka sehari-hari. Fenomena *fashion Korean style* yang terjadi saat ini mencerminkan perubahan besar dalam cara bagaimana remaja melihat pakaian dan gender. Pengaruh *girl group* K-pop yang dikenal dengan gaya berpakaian mereka yang flamboyan dan sering kali feminim telah menciptakan ruang bagi pria untuk mengeksplorasi identitas mereka melalui *fashion*. Dalam konteks ini, banyak penggemar pria yang tidak ragu untuk mengadopsi gaya berpakaian yang biasanya diasosiasikan dengan perempuan, seperti gaun, rok, dan aksesoris yang lebih beragam. Fenomena ini memberikan tantangan terhadap stereotip gender yang kaku dan membuka peluang bagi individu untuk mengeksplorasi sisi feminim mereka tanpa rasa takut akan penilaian. Banyaknya artis K-pop saat ini memengaruhi preferensi kalangan penggemar seperti membeli barang-barang yang digunakan oleh para idol dan para penggemar ini juga seringkali mengikuti gaya atau sifat dari idola yang mereka gemari.

Di sisi lain, adopsi gaya berpakaian feminim oleh pria penggemar *girl group* K-pop juga mengundang perdebatan di masyarakat. Banyak yang melihat ini sebagai bentuk pembebasan dan ekspresi diri, sementara yang lain masih terjebak dalam pandangan tradisional mengenai maskulinitas dan feminitas. Penelitian ini akan menggali bagaimana para pria ini menghadapi tantangan tersebut, baik dari lingkungan sosial yang cenderung memegang norma gender tradisional, maupun dari tekanan internal untuk mengekspresikan identitas diri secara otentik melalui

fashion Korean style yang telah diadopsi. Fenomena ini juga terlihat nyata di kalangan remaja. Para remaja memiliki keinginan kuat untuk tampil menonjol dan menarik perhatian melalui pakaian yang mereka kenakan. Berpakaian dengan gaya yang berbeda dan unik menjadi cara untuk menunjukkan kepribadian, sekaligus membedakan diri dari orang lain. *Fashion* bagi mereka bukan hanya tentang gaya, tetapi juga tentang mengukuhkan keberadaan mereka di tengah masyarakat dan menjadikan diri mereka sebagai pusat perhatian dalam pergaulan.

1.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana *fanboy* memaknai pengalaman mereka menggunakan *Korean style fashion*?
2. Bagaimana *fashion Korean style* membentuk identitas diri *fanboy*?
3. Bagaimana *fanboy* menanggapi pendapat orang-orang di sekitarnya mengenai *fashion* yang dikenakan *fanboy*?

1.3 Tujuan penelitian

1. Mengetahui bagaimana *fanboy* memaknai pengalaman mereka dalam menggunakan *fashion* bergaya *Korean style*.
2. Mengetahui bagaimana *fashion Korean style* yang diadopsi oleh *fanboy* penggemar *girl group* K-pop memengaruhi pembentukan identitas gender.
3. Mengetahui bagaimana *fanboy* merespons pandangan dan pendapat orang-orang yang ada di sekitar mereka terkait dengan *fashion Korean style* yang mereka kenakan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis
 - Penelitian ini dapat menganalisis bagaimana *fashion* menjadi alat konsumsi yang digunakan untuk mengekspresikan identitas dan nilai-nilai sosial.

- Penelitian ini mengkaji bagaimana budaya populer Korea Selatan, khususnya K-pop, menyebar dan mempengaruhi identitas individu di berbagai negara.

2. Manfaat praktis

- Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang keragaman ekspresi gender melalui *fashion*, mengurangi stereotip *negative*, dan mendorong penerimaan terhadap perbedaan dalam gaya berpakaian dan identitas gender. Serta penelitian ini dapat menjadi acuan untuk studi lebih lanjut tentang hubungan antara *fashion*, budaya populer dan pembentukan identitas gender.