

BAB 1

PENDAHULUAN

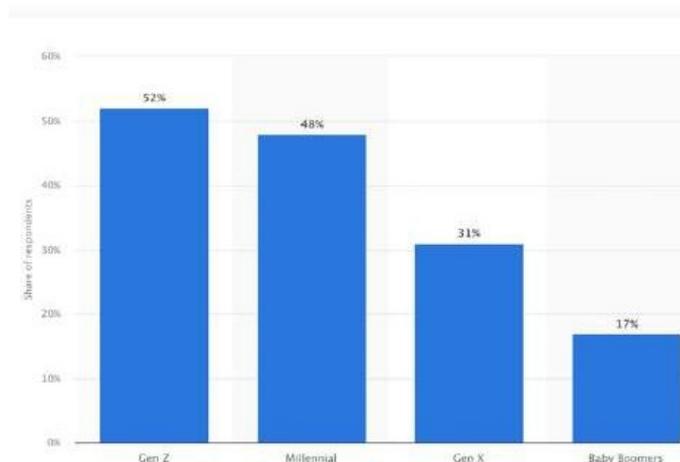
Kehidupan manusia berkaitan dengan komunikasi, karena sebagai manusia kita membutuhkan komunikasi sebagai salah satu cara untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Interaksi tersebut bisa berupa bertukar informasi antara individu dengan individu lainnya atau menyampaikan sesuatu dari individu ke individu lain dengan bertukar informasi tersebut akan membangun adanya persepsi atau pendapat yang berbeda-beda dari setiap individu, maka dari itu dengan adanya komunikasi sebagai alat interaksi manusia dengan manusia lain komunikasi juga dapat menimbulkan sesuatu yang salah menjadi benar dan benar menjadi salah.

Komunikasi juga terbagi menjadi dua bentuk yaitu bentuk komunikasi verbal ataupun nonverbal. Dikutip dalam buku (Rezi, 2018, h.152) komunikasi verbal adalah jenis komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis atau lisan. Komunikasi verbal juga merupakan jenis komunikasi yang biasa digunakan sehari-hari untuk menyampaikan pemikiran atau keputusan akan lebih mudah disampaikan dengan komunikasi verbal dibandingkan komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal dikutip dalam buku (Rezi, 2018, h. 155) yang berjudul Psikologi Komunikasi mengartikan bahwa komunikasi nonverbal sebagai komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. komunikasi nonverbal bisa dilakukan dengan gerak gerik tubuh atau bahasa tubuh hingga cara berpakaian seseorang atau bisa disebut dengan *fashion*.

Seiring waktu berlalu, setiap orang memanfaatkan pakaian sebagai sarana untuk secara bebas mengekspresikan diri mereka, dan tren gaya berpakaian baru seperti *genderless* dan *androgynous* mulai muncul. Konsep berpakaian ini termasuk dalam

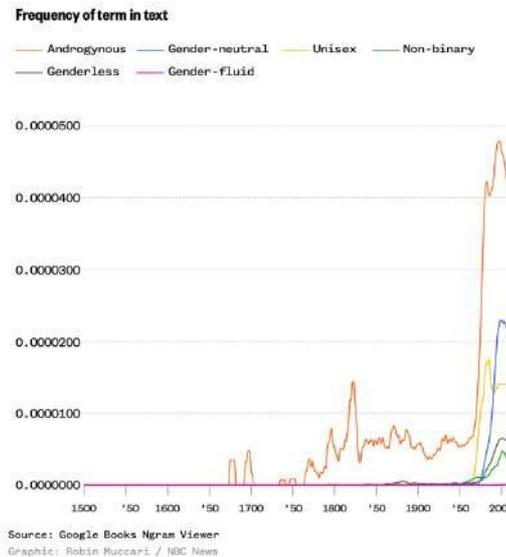
kategori *gender fluid* (Pambudi et al., 2019). Penggunaan pakaian sebagai bentuk ekspresi diri secara visual menjadi suatu konflik ketika dikaitkan dengan norma-norma sosial di Indonesia, terutama terkait dengan penampilan yang tidak sesuai dengan jenis kelamin seseorang. Sementara ini, kampanye untuk pakaian *gender fluid* tengah berlangsung dengan intensitas tinggi, mempromosikan kebebasan dalam menciptakan kreativitas dan mengekspresikan identitas gender (Savitri et al., 2022).

Dilansir dari Tatler dengan judul artikel *Gender-Fluid Fashion In Asia: Meet The Vanguard Of Inclusivity And LGBTQ+ Representation In The Region* disebutkan bahwa gaya *fashion* tanpa batasan gender bukan sekadar tren sementara, melainkan sebuah realitas. Fakta statistik menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap *fashion gender fluid* sangat tinggi (Cherry Mui, 2023). Dalam artikel lain dari *Fashion Network* yang berjudul "*Gen Z embraces gender fluid fashion – report*" ditemukan bahwa konsumen Gen Z merupakan kelompok yang paling merangkul mode *gender fluid*, dengan 58% dari pembeli dalam kelompok usia ini telah membeli pakaian di luar identitas gender mereka. Kesimpulannya, dapat diungkap bahwa Gen Z cenderung lebih menerima konsep *fashion* tanpa batasan gender dibandingkan dengan generasi lain, seperti 40% Millennial, hanya 22% Gen X, dan hanya 11% Baby Boomers (Sandra Halliday, 2022).



GAMBAR 1.3 KONSUMEN YANG MEMBELI BARANG FASHION DI LUAR IDENTITAS GENDER MEREKA DI AMERIKA SERIKAT BERDASARKAN GENERASI

Sumber: Statista.com (diakses pada 7 November 2023)



GAMBAR 1. 4 FREKUENSI ISTILAH MENGENAI IDENTITAS GENDER

Sumber: Artikel Berita NBC News (diakses pada 5 November)

Berdasarkan informasi dari laporan *The State of Fashion 2023* yang diterbitkan oleh McKinsey, tren *fashion* yang fleksibel sedang berkembang dan menjadi salah satu fokus utama tahun ini seiring dengan perubahan pandangan konsumen terhadap identitas dan ekspresi gender. Dalam konteks ini, banyak merek mulai menghapus batasan konvensional antara pakaian yang dianggap "pria" dan "wanita," menerapkan konsep fluiditas gender ke dalam gaya berbusana.

Perkembangan zaman dan pengaruh globalisasi telah membawa budaya asing masuk ke Indonesia, termasuk dalam bidang *fashion*. Globalisasi budaya, yang melibatkan penyebaran nilai-nilai dan budaya dari satu negara ke berbagai belahan dunia, telah mempengaruhi cara berpakaian masyarakat Indonesia. Salah satu dampak signifikan adalah pergeseran pemaknaan terhadap *fashion*, khususnya dalam konsep *fashion gender fluid*. *Fashion gender fluid* mengacu pada gaya berpakaian yang tidak terbatas oleh norma-norma gender tradisional, memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri tanpa dibatasi oleh kategori maskulin atau feminin. Di Indonesia, penerimaan terhadap *fashion gender fluid* semakin meningkat seiring dengan terbukanya akses informasi. Hal ini mencerminkan perubahan sikap masyarakat yang semakin menerima keragaman dan kebebasan dalam mengekspresikan identitas diri melalui *fashion*. Salah satu dampak signifikan adalah pergeseran pemaknaan terhadap *fashion*, khususnya dalam konsep *fashion gender fluid* (Lestari, 2021).



**GAMBAR 1. 1 FINIX WEAR GENESIS CORE ESSENTIALS COLLECTION
& MOTOGUO AUTUMN-WINTER 2023 COLLECTION**

Sumber: Tautan Artikel Tatler (diakses pada 30 September 2023)

Fenomena mengenai hadirnya *genderless fashion* dan berkaitan dengan *gender fluid*, dilansir dari Kompas.com dengan judul artikel *Mengenal Genderless Fashion, Gaya Busana yang Tak Memandang Feminim ataupun Maskulin*. Dikarenakan *fashion* gaya ini masih kurang dikenal oleh sebagian besar masyarakat, tentu saja penerimaannya tidaklah mudah, dan sering dianggap sebagai sesuatu yang tabu, terutama jika diusahakan untuk menjadi populer. Di Indonesia, tren *fashion* tanpa batasan gender, seperti yang terlihat dalam *penggunaan hoodie, blazer oversized*, dan kemeja yang tidak lagi terpaku pada konsep gender, dalam bukunya, Entwistle "*The fashioned body: Fashion, dress and modern social theory*" mengulas bagaimana pakaian dapat digunakan untuk menantang dan mendefinisikan ulang identitas gender, seperti *hoodie, blazer oversized*, dan kemeja menjadi contoh nyata. Pakaian ini tidak lagi terpaku pada konsep gender tradisional, memungkinkan siapa saja untuk mengenyakannya tanpa memandang identitas gender mereka. Tren ini mencerminkan perubahan dalam pemaknaan *fashion*, di mana pakaian menjadi sarana untuk mengekspresikan kebebasan dan inklusivitas, serta menantang batasan-batasan gender yang selama ini ada mulai mendapatkan perhatian. Perkembangan ini mengakibatkan *fashion* saat ini menjadi lebih fleksibel atau "*fluid*" yang artinya terdapat peningkatan keterbukaan dan kebebasan dalam berbusana (Kompas.com, 2021).

Kota Bandung merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta, dan Surabaya. Bandung adalah salah satu kota di Indonesia yang menjadi kiblat sebagai kota mode (Megawati, 2017). *Fashion* di Bandung tumbuh dari fenomena perkotaan

terkait dengan gaya hidup. *Fashion* sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi bagi penggunaan *fashion* dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status, kepribadian, identitas, dan perasaan kepada orang lain (Trisnawati, 2016).



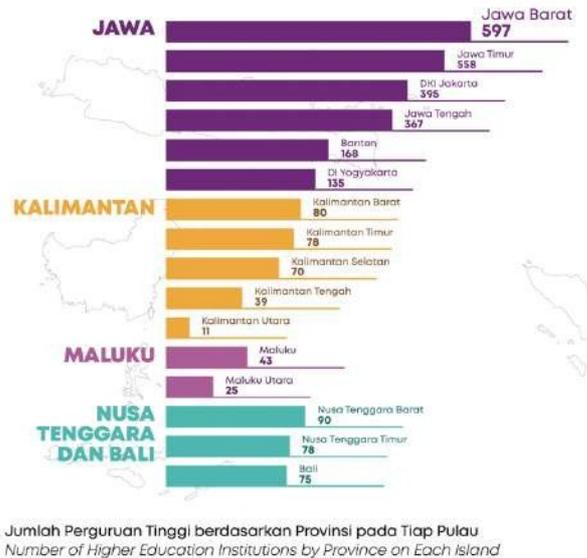
GAMBAR 1. 2 PAKAIAN FEMINIM DAN MASKULIN

Sumber: Tautan Berita Kompas.com (diakses pada 21 September 2023)

Seperti yang telah peneliti sebutkan berdasarkan data yang ada, dapat ditarik kesimpulan bahwa fenomena *fashion* yang mengadopsi konsep *gender fluid* sedang populer, dan ini bukan hanya sebagai tren sementara, melainkan sebagai kenyataan bahwa setiap individu kini memiliki kebebasan yang lebih besar untuk mengekspresikan dirinya. *Gender fluid* mengacu pada pandangan yang mencerminkan perubahan ekspresi gender antara ciri-ciri maskulin dan feminin, yang tercermin dalam pemilihan pakaian dan cara seseorang mengekspresikan diri. (Booker, 2016) dalam Meitha, 2021). Norma-norma tidak tertulis yang masih berlaku dalam masyarakat hingga sekarang, menetapkan bahwa dalam dunia *fashion*, elemen-elemen seperti siluet, warna, dan sebagainya telah secara konvensional diklasifikasikan sebagai karakteristik yang khas untuk pria atau wanita (Belinda, 2022). Dapat dimaknai juga, persepsi terkait busana feminin dan maskulin saat ini mengalami perubahan, sehingga baik pria maupun wanita memiliki kebebasan untuk memilih dan mengenakan berbagai jenis pakaian. Bagi mahasiswa, pilihan busana lebih dianggap sebagai sarana untuk menyampaikan identitas mereka sebagai mahasiswa dan sebagai cara untuk mengekspresikan diri (Lestari, 2014).

Menurut data tahun 2020 yang didapat melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki jumlah perguruan tinggi paling banyak. Salah satu perguruan tinggi yang terdapat di provinsi Jawa Barat ialah

Telkom University. Peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa Telkom University, karena kampus ini merupakan kampus swasta terbaik yang ada di Jawa Barat dan secara geografis, letak kampus ini berada di Bandung yaitu kota yang menjadi salah satu kiblat kota mode.



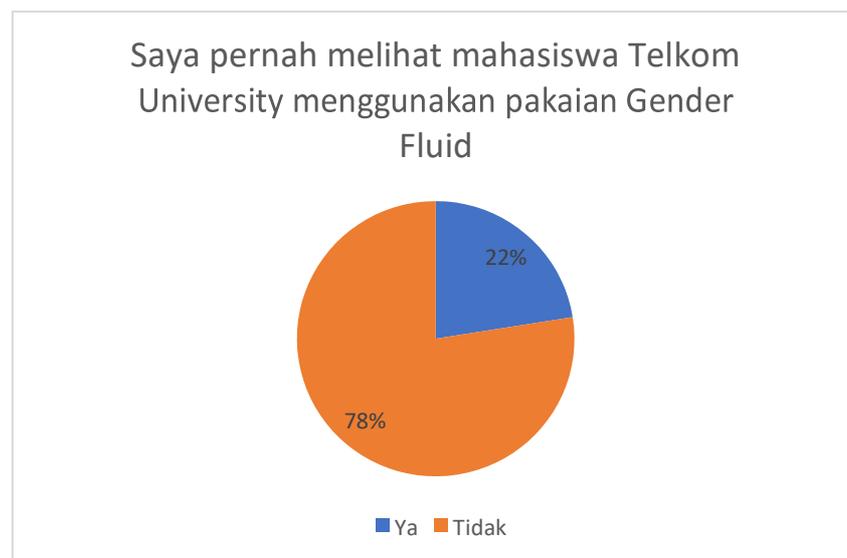
**GAMBAR 1. 5 JUMLAH PERGURUAN TINGGI BERDASARKAN
PROVINSI PADA TIAP PULAU**

Sumber: Data Statistik Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2020 (diakses pada 30 September 2023)

Peneliti mengambil persepsi dari pandangan mahasiswa Telkom University dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana pendapat dari segi pandang mahasiswa di Telkom University terhadap isu tersebut yang dimana isu tersebut mempunyai banyak pro kontra dikaitkan dengan norma sosial yang ada di Indonesia. Selain itu, Beberapa penelitian telah dilakukan tentang *gender fluid fashion* di Indonesia, namun fokusnya pada populasi umum dan belum spesifik pada mahasiswa perguruan tinggi. Telkom University sebagai institusi pendidikan tinggi yang modern dan inklusif, perlu memahami bagaimana mahasiswanya memandang isu gender dan *fashion*, terutama dalam konteks *gender fluid* yang semakin berkembang. Selain itu, Telkom University telah memiliki beberapa penelitian tentang gender, termasuk penelitian tentang maskulinitas dan femininitas di kalangan mahasiswa, tetapi belum ada yang meneliti gender berkaitan dengan *fashion*.

Persepsi adalah proses menerima informasi dan memahami lingkungan, termasuk menentukan informasi untuk menciptakan kategorisasi dan interpretasi. Padadarnya

persepsi mempengaruhi bagaimana seseorang menerima informasi dan beradaptasi dengan lingkungannya, yaitu interpretasi dan pemahaman informasi yang dapat membuat penerima informasi lebih baik dalam menerima atau memilih rangsangan yang dimiliki oleh berbagai aspek panca indera. Kenyataan ini nantinya akan mempengaruhi perilaku orang yang menerima pesan tersebut (McShane & Glinow, 2018). Persepsi para mahasiswa Telkom University per orangannya tidak menutup kemungkinan berbeda-beda antar satu sama lainnya dan juga dapat saja persepsi mereka dipengaruhi oleh krisis standarisasi gaya berbusana di lingkungan kampus. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lingkungan Telkom University peneliti menemukan adanya kesenjangan dalam berbusana di lingkungan kampus dimana sebanyak 78% dari 41 mahasiswa menyatakan pernah melihat mahasiswa di sekitar Telkom University menggunakan pakaian yang mengandung unsur *gender fluid*.



**GAMBAR 1. 6 PERNYATAAN MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY
PERNAH MELIHAT MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY
MENGUNAKAN PAKAIAN GENDER FLUID**

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Nadiah Salsabila Hakim Pambudi, Achmad Haldani, G Prasetyo Adhitama yang berjudul “Studi Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap Genderless Fashion” Penelitian ini menggunakan metode gabungan (*mix methode*), dan hasilnya menunjukkan bahwa penduduk Jakarta mampu menerima tren *fashion* tanpa batasan gender. Walaupun demikian, masih terdapat pembatasan

tertentu yang belum dapat diterima, khususnya terkait dengan pakaian yang dianggap terlalu feminin untuk pria. Pakaian seperti rok pendek, berwarna terang, serta pakaian dengan siluet yang biasanya dikaitkan dengan pakaian wanita dan tidak memiliki unsur maskulin masih dianggap tidak dapat diterima dan dipakai oleh pria. Namun, pakaian dengan warna cerah dan menggunakan siluet yang umumnya digunakan oleh pria tetap dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat.

Selanjutnya penelitian yang berjudul “Konsep Pakaian *Gender Fluid* Berdasarkan Pandangan Masyarakat Urban”, penelitian yang dilakukan oleh Elis Savitri, Achmad Syarief, dan Sangayu Ketut Laksemi Nilotama mendapatkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesenjangan dalam ekspresi diri dan penerimaan terkait berpakaian masih menjadi isu yang membutuhkan perhatian, dan terbukalebar untuk dijelaskan guna mengubah pandangan dan penafsiran yang sudah terbentuk secara kaku. Meskipun konsep pakaian *gender fluid* telah dikenal oleh responden secara umum, namun belum mampu mengatasi stigma negatif atau stereotip gender terhadap pakaian yang ada. Dalam hal ini yang membedakan antara penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu yaitu peneliti berfokus kepada persepsi mahasiswa Telkom University terhadap *gender fluid fashion*. Berdasarkan latar belakang dan konsep teori yang telah dijelaskan, maka identifikasi utama dari penelitian ini yaitu **“Persepsi Mahasiswa Telkom University terhadap *Gender Fluid Fashion*”**

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan penelitian ini merupakan penelitian kausal yang diidentifikasi, sebagai berikut:

Bagaimana persepsi mahasiswa Telkom University terhadap *gender fluid fashion*?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk:

Mengetahui persepsi mahasiswa Telkom University terhadap *gender fluid fashion*.

1.3 Kegunaan Penelitian

Terdapat beberapa manfaat yang diharapkan peneliti adalah sebagai berikut :

1.3.1 Kegunaan Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, memperkaya, dan juga melengkapi kajian keilmuan bagi pengembang ilmu sosial, terkhususnya pengembang ilmu komunikasi dalam rangka mengetahui seberapa besar persepsi mahasiswa Telkom University terhadap *gender fluid fashion*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan ruang lingkup yang sama terkait “Persepsi Mahasiswa Telkom University terhadap *Gender Fluid Fashion*”

1.3.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya hasil-hasil penelitian khususnya dalam bidang kajian psikologi komunikasi, gender, feminitas, dan maskulinitas serta juga dapat menjadi acuan bagi peneliti sejenisnya.

1.4 Waktu dan Periode Penelitian

TABEL 1. 1 PERIODE DAN WAKTU PENELITIAN

No	Tahapan	Bulan									
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	
		2023	2023	2023	2024	2024	2024	2024	2024	2024	
1.	Pra penelitian										
2.	Penyusunan Bab 1-III										
3.	Desk Evaluation										
4.	Penelitian dan Penyusunan Bab IV dan V										
5.	Pendaftaran										
6.	Pelaksanaan Sidang Skripsi										
7.	Revisi										

1.5 Sistematika Penelitian

- a. Bagian pertama (BAB I) melibatkan pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, periode dan waktu penelitian, dan struktur penulisan.
- b. Pada bagian kedua (BAB II), dijelaskan tentang rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, hipotesis penelitian, dan cakupan penelitian.

- c. Bagian ketiga (BAB III) membahas metode penelitian, termasuk jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.
- d. Pada bagian keempat (BAB IV), terdapat informasi mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- e. Bagian terakhir (BAB V) berisi kesimpulan dan saran.