

Budaya Korea dan Trend *Fashion Unisex* pada Penggemar BTS

Nur'aini Inayah¹, Eufrasia Kartika Hanin Putri², Putri Dwi Permata Indah³

Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3}

nurainiinayah@unesa.ac.id¹, eufrasahanindraputri@unesa.ac.id², putriindah@unesa.ac.id³

Abstrak: Fashion atau mode pakaian selalu mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan fashion ini dipengaruhi oleh berbagai hal, baik kebutuhan industri maupun perubahan sosial budaya masyarakat. Budaya Korea melalui BTS menjadi salah satu kiblat perkembangan fashion di kalangan penggemarnya. Bahkan fashion yang digunakan BTS tidak sekedar peniruan gaya berpakaian. Namun juga merepresentasikan pandangan gender penggemar BTS terhadap trend fashion khususnya fashion Unisex. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana bentuk trend fashion unisex pada kalangan penggemar BTS. Serta bagaimana bentuk peniadaan gender melalui fashion unisex pada penggemar BTS. Peneliti menganalisis data temuan menggunakan teori undoing gender yang dicetuskan oleh Judith Butler. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa bentuk trend fashion unisex yang terjadi pada kalangan penggemar BTS ditunjukkan dengan proses imitasi busana serta aksesoris idolnya. Penggemar BTS meniru cara berpakaian idol BTS yang menjadi biasanya. Fenomena ini bukan hanya sekedar imitasi busana, akan tetapi juga menunjukkan adanya pemahaman peniadaan gender pada kalangan penggemar BTS. Mereka tidak memperlakukan gender dari idolnya, disisi lain hanya melihat trend fashion yang sedang berkembang. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini bahwa trend fashion unisex bukan hanya bentuk peniruan dari penggemar namun juga menunjukkan pandangan mereka tentang gender.

Kata Kunci: Korea, Fashion, Unisex, BTS

PENDAHULUAN

Fashion atau mode pakaian selalu mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan *fashion* ini dipengaruhi oleh berbagai hal, baik kebutuhan industri maupun perubahan sosial budaya masyarakat. Manusia sebagai makhluk berbudaya selalu mengalami perubahan dalam hal pemikiran maupun kreativitas hasil karya (Lestari, 2019). Melalui kemampuan tersebut, ada bagian terkait dengan perjalanan sejarah dan perkembangan mode busana di dunia. Pada zaman pra-sejarah, manusia menciptakan pakaian untuk melindungi dirinya dari alam. Namun, sekarang pakaian tidak hanya berfungsi untuk melindungi diri. Melainkan menunjukkan nilai dan status yang mereka miliki. Pakaian yang melekat pada diri seseorang dapat

merepresentasikan siapa dirinya. Hal ini tidak lepas dari pengaruh modernisme dan juga media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Trend fashion yang ada dalam masyarakat banyak dipengaruhi oleh perubahan *fashion* dunia barat (Nagpal et al., 2023). Seringkali penata busana dari negara-negara barat menciptakan trend berbusana sesuai dengan wacana yang ingin mereka angkat. Kimberly Chrisman (2015) dalam tulisannya mengungkapkan bahwa department store di London sengaja membuat pameran busana *Unisex* sebagai bentuk ekspresi untuk membongkar dominasi gender. Hal ini menunjukkan adanya wacana nilai yang ingin disampaikan oleh perancang busana berkaitan dengan gender. Bahwa pakaian *unisex* bukan hanya sekedar perkembangan mode pakaian, akan tetapi memiliki arti sendiri bagi gerakan gender (Chrisman-Campbell, 2015).

Jill Forshee (2006) dalam bukunya yang berjudul *Culture and Customs of Indonesia* menerangkan bahwa mode *fashion* yang ada dalam masyarakat Indonesia dipengaruhi oleh berbagai hal, di antaranya adalah status dan tempat tinggal. Pada masyarakat kepulauan, kain tenun yang dibuat oleh perempuan merupakan simbol pakaian terhormat. Sedangkan pada masyarakat kota, *fashion* telah dipengaruhi oleh berbagai kebudayaan populer. Kebudayaan populer tersebut berkiblat pada negara barat dan Amerika yang mengutamakan hiburan (Forshee, 2006). *Trend fashion* tersebut kemudian dipopulerkan oleh media dan ditiru oleh masyarakat kota. Hal tersebut membentuk kebudayaan *fashion* dalam masyarakat.

Kiblat *fashion* dari negara barat tidak hanya dianut oleh masyarakat Indonesia, akan tetapi juga memengaruhi trend *fashion* negara dunia ketiga seperti negara Korea. Korea dengan persebaran budayanya yang belakangan masif tidak murni menyebarkan kebudayaan yang mereka miliki. Akan tetapi kebudayaan tersebut merupakan bentuk *transcultural* atau budaya campuran dari Korea dan budaya populer. Kebudayaan Korea tidak hanya mengubah sudut pandang hiburan dalam masyarakat. Namun sekaligus mengubah selera makanan dan trend *fashion* masyarakat.

Sejauh ini, media sosial terutama media hiburan memang sangat berperan terhadap perubahan pandangan masyarakat terhadap suatu nilai. Perubahan pandangan masyarakat terhadap suatu nilai akan berdampak pula pada perubahan perilaku yang mereka lakukan. Penelitian yang dilakukan oleh M.T & Irwansyah (2020) menjelaskan bahwa melalui sosial media khususnya yang berbasis teknologi audiovisual persebaran budaya Korea lebih mudah

diterima masyarakat terutama pada generasi muda. Melalui media tersebut banyak peniruan yang dilakukan oleh generasi muda. Selain itu, mereka berpikir bahwa budaya Korea merupakan satu kiblat kebudayaan yang patut untuk ditiru (M.T & Irwansyah, 2020). Dalam hal penampilan, generasi milenial cenderung berkiblat pada artis Korea. Penelitian yang dilakukan oleh M.T & Irwansyah (2020) hanya menyoroti perubahan perilaku generasi muda yang lebih berkiblat pada budaya Korea dikarenakan penggunaan audiovisual.

Penelitian lain yang telah memfokuskan pada salah satu *boyband* asal Korea Selatan adalah penelitian yang dilakukan oleh Safina & Kusumandyoko (2020). Pada penelitian tersebut, peneliti memfokuskan kajian pada *boyband* BTS. Safina & Kusumandyoko (2020) menjelaskan bahwa penampilan BTS pada foto konsep album Love Your Self: Answer versi S merupakan bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity*. Selain itu, member BTS juga mencoba menampilkan diri dengan tema *New Romantic* (laki-laki dengan gaya flamboyan). Sehingga sisi maskulin dan feminim tetap terlihat dan menarik perhatian penggemar (Safina & Kusumandyoko, 2020). Analisis data dilakukan dengan cara melihat tanda-tanda dari setiap foto pada album Love Your Self: Answer versi S.

Yasa (2021) juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa video musik *boyband* BTS merupakan salah satu bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity*. Bentuk perlawanan terhadap *toxic masculinity* dilakukan dengan menampilkan adegan yang menunjukkan sisi feminim dari setiap member. BTS juga tidak ragu tampil dengan menggunakan *make up* serta aksesoris yang bias gender/*unisex* (Yasa, 2021). Penelitian tersebut tidak terlalu dalam menjelaskan tentang apa yang dimaksud dengan aksesoris *unisex* BTS.

Tren Fashion Unisex yang ada di Korea Selatan mulai muncul sejak tahun 1970-an. Tren ini merupakan bentuk perlawanan kaum feminis terhadap ketidak setaraan gender. Lambat laun, tren fashion Unisex juga diadopsi oleh seniman terutama seniman K-Pop (Park & Thanommongkol, 2021). Tren fashion Unisex kemudian menjadi salah satu kampanye idol-idol K-Pop tentang kesetaraan gender. Berdasarkan beberapa data tersebut, peneliti ingin melihat lebih dalam tentang bagaimana trend *fashion unisex* yang terjadi pada kalangan penggemar BTS serta sejauh mana hal tersebut menciptakan peniadaan gender pada penggemar BTS.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih untuk melihat secara mendalam pengalaman informan berkaitan dengan fashion Unisex. Peneliti mencoba mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, serta studi literasi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti mengumpulkan data berupa gambar dan verbal untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data gambar didapatkan dari akun Instagram kemudian gambar diterjemahkan sebagai bentuk wacana yang dibawa oleh BTS pada penggemarnya. Peneliti juga melihat respon pada kolom komentar yang postingan akun *fanbase* BTS untuk melihat sejauh mana respon penggemar terhadap idolnya.

Data yang diperoleh diolah dan dianalisis menggunakan perspektif teori *undoing* gender Judith Butler. Butler mengungkapkan bahwa gender merupakan suatu bentuk konstruksi sosial yang ada dalam masyarakat. Seorang individu mengidentifikasi gendernya berdasarkan apa yang ia lihat dan pelajari dari lingkungannya. Hal ini dianggap sering menyebabkan ketimpangan gender dengan kasus-kasus tertentu. Maka dari itu Butler menawarkan suatu konsep peniadaan gender (*undoing gender*) (Butler, 2007).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Trend Fashion Unisex pada Penggemar BTS

Hallyu atau Korean Wave merupakan gelombang persebaran budaya Korea secara internasional dan telah diterima oleh masyarakat di seluruh dunia (Fachrosi et al., 2020). Gelombang Korea terbagi ke dalam beberapa bidang hiburan, di antaranya adalah K-Drama, K-Pop serta *Variety Show*. Ketiga bidang hiburan tersebut memberikan pengaruh yang signifikan pada kehidupan masyarakat, khususnya penggemar hiburan Korea. Pengaruh yang dapat dilihat adalah dalam penggunaan fashion serta produk-produk asal Korea. Trend penggunaan fashion pada penggemar Korea, kebanyakan berkiblat pada idol-idol Korea (Aulia Hillar Setyani & Muhammad Zakky Azhari, 2021). Selain itu, penjualan produk-produk asal Korea juga mengalami kenaikan yang signifikan.

Persebaran budaya Korea dimulai pada tahun 1992 dengan dibukanya hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan Thailand. Tahun-tahun selanjutnya, mulai banyak produksi drama dan musik asal Korea Selatan yang mendunia (Utama, 2021). Drama Korea dianggap berhasil menarik emosi penontonnya dengan menggambarkan ekspektasi sosial

negara berkembang, modernitas, dan kekuatan pasar global. Terdapat dua drama Korea yang berkontribusi pada kesuksesan fenomenal ini, yaitu 'Winter Sonata' and 'Daejangguem' (Jewel in the Palace). Selain itu, drama dari Korea Selatan mulai mendapat berbagai penghargaan dari industri hiburan dunia (Jung, 2011). Kemudian, pada awal tahun 2000-an mulai muncul *boyband* H.O.T. Perkembangan selanjutnya terlihat dengan kemunculan *boyband* yang mampu meraih kesuksesan di negara-negara Eropa serta Amerika seperti *boyband* BigBang, Super Junior, EXO, 2PM, Wanna One, BTS, dan *girlband* Black Pink (Utama, 2021).

Boyband Korea Selatan yang muncul di antara tahun 2000 – 2005 menampilkan sisi maskulin melalui penggunaan kostum berwarna gelap. *Boyband* yang muncul pada tahun 2000-an di antaranya TVXQ dan Big Bang dengan penampilan yang maskulin serta genre musik Hip-Hop (Nadhiroh, 2018). Periode selanjutnya barulah muncul laki-laki dengan sifat *softmasculin* atau laki-laki yang menampakkan sisi feminim. Indikator dari sifat *softmasculine* ditunjukkan dengan sikap penyayang, berkulit putih, serta penggunaan aksesoris yang feminim. Bentuk maskulinitas yang ditampilkan oleh idol Korea tersebut merupakan bentuk hibridasi antara budaya transkultural, nasional serta kebudayaan yang spesifik. Hasilnya berupa kebudayaan populer baru yang identik dengan negara Korea Selatan. Sebelum munculnya K-Pop, bentuk maskulinitas yang ada di negara Korea Selatan dipengaruhi oleh industri hiburan dari Jepang. Mengingat negara Korea Selatan merupakan salah satu negara jajahan Jepang pada masa kolonial (Jung, 2011).

BTS (*Bangtan Sonyeondan*) adalah satu *boyband* asal Korea Selatan yang beranggotakan tujuh *member*. Tujuh *member* tersebut di antaranya adalah Kim Nam-joon (RM), Park Ji-min (Jimin), Joen Jung-kook (Jung-kook), Kim Tae-hyung (V), Kim Soek-jin (Jin), Min Yoon-gi (Suga), serta Jung Ho-Soek (J-Hope). *Boyband* BTS debut (pertama kali dikenalkan sebagai idol) pada tahun 2013. Mereka berasal dari agensi bernama Big Hit Entertainment yang didirikan oleh Bang Si Hyuk. Dibandingkan dengan agensi yang lain seperti SM, YG dan JYP, Big Hit Entertainment termasuk dalam agensi kecil pada tahun 2013 (Jeeheng, 2019).

BTS mengalami transformasi dari tahun awal debut pada tahun 2013 hingga tahun 2022 sebelum mengalami *hiatus* (masa istirahat). Pada awal kemunculannya BTS mencitrakan diri sebagai *boyband* dengan pandangan maskulin. Seiring berjalannya waktu dengan wacana dunia yang berubah, BTS mengubah sudut serta tampilan mereka menjadi lebih *softmasculine*. Awal muncul, BTS hadir dengan corak *hardmasculine* melalui tema lagu dan penampilannya. Seluruh komponen yang mereka tampilkan seperti tema album dan gaya fashion menunjukkan

adanya karakter *hardmasculine*. Sedangkan mulai tahun 2017, BTS menunjukkan adanya perubahan tema menuju *softmasculine*.

Pada penelitian sebelumnya, peneliti menemukan perbedaan perubahan tema BTS dalam album mereka (lirik lagu, tema *costums*, gerakan *dance*, dan tema album). Hal tersebut dapat diperdalam dengan melihat fashion yang digunakan *member* BTS dalam kehidupan sehari-hari melalui *variety show* dan akun media sosial mereka. Peneliti menemukan adanya penggunaan pakaian *Unisex* pada *member* BTS. Pakaian *Unisex* sendiri merupakan jenis pakaian yang bisa digunakan oleh laki-laki dan perempuan. Pakaian ini mulai dikenal pada tahun 1960-an ketika salah satu desainer merancang sejenis legging dan tunik jersey bagi laki-laki.

Fashion selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu, baik fashion untuk perempuan ataupun laki-laki. Menurut McNeil (2023), fashion laki-laki selalu mengalami perubahan. Perubahan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh gaya dan juga inovasi desainer. Namun, perubahan fashion laki-laki juga dipengaruhi oleh era politik yang ada pada suatu negara (McNeil, 2023). Pada tulisannya yang berjudul *Men's Fashion*, McNeil menerangkan bahwa setiap masa pemerintahan yang ada di Italia sangat memengaruhi gaya berpakaian laki-laki. Bahkan pada masa penjajahan di Italia, laki-laki yang sering berkumpul dengan wanita akan dianggap menyimpang oleh masyarakat. Mereka dilarang menggunakan dress dan pakaian-pakaian tertentu.

Mulai abad 20 gaya berpakaian laki-laki cenderung berubah. Hal ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya adalah mulai munculnya wacana perjuangan kaum minoritas gender. Mereka mengampanyekan wacana tersebut melalui fashion dan juga hiburan seperti musik serta tarian. Wacana tersebut kemudian ditangkap oleh agen hiburan dan dijadikan sebagai modal untuk menghasilkan karya. Seperti yang dilakukan oleh *boyband* BTS dan agensinya. Secara umum, mereka melihat adanya beberapa kaum yang termarginalkan dalam masyarakat kemudian menciptakan karya dengan ekspresi mendukung mereka. Hal ini memang tidak berarti bahwa mereka termasuk dalam kaum itu. Namun, karya yang mereka ciptakan dapat memengaruhi sudut pandang dan wacana bagi penggemarnya.

Boyband BTS yang semua terdiri dari laki-laki mulai mendobrak citra fashion laki-laki yang *masculine* menjadi *soft masculine*. Hal tersebut dapat dilihat dari tampilan fashion yang digunakan dalam *variety show* dan juga postingan pada akun sosial media agensi.



Gambar 1. Idol Jin menggunakan pakaian *Unisex*

Sumber: Akun Instagram @Jin

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa citra pakaian unisex yang digunakan oleh member BTS adalah pakaian dengan warna cerah. Member BTS yang merupakan keturunan ras kulit putih memiliki kecenderungan cocok menggunakan warna-warna cerah. Warna tersebut biasanya digunakan oleh perempuan, namun BTS muncul membongkar pelabelan warna tersebut. Hal ini sekaligus memberikan referensi pada fans BTS dalam mengatur pakaian yang mereka gunakan.

Selain warna, BTS juga memunculkan gaya baru melalui bahan yang digunakan pada pakaiannya seperti bahan kain bulu-bulu yang identik dengan perempuan serta musim dingin. BTS mencoba mendobrak itu dengan memakainya. Berdasarkan hal tersebut, terjadi sebuah perubahan sudut pandang dari penggemar BTS tentang fashion laki-laki. Mereka juga mendefinisikan laki-laki idamannya dengan sifat-sifat *softmasculine*. Sifat-sifat *softmasculine* didefinisikan dengan laki-laki yang ramah, bersih, dan cenderung *fashionable*. Penggunaan warna-warna cerah oleh laki-laki juga cenderung dimaklumi oleh penggemar BTS.

Tampilan lain yang ditonjolkan oleh member BTS yaitu menggunakan pakaian yang memang didesain untuk perempuan. Seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Penggunaan baju perempuan oleh J-Hope
Sumber: Akun Instagram @bangtanoutfit7

Gambar di atas menunjukkan jenis baju yang digunakan oleh salah satu member BTS yaitu J-Hope. Ia mengenakan kemeja *unisex*. Mengenai hal ini penggemar banyak yang memuji penampilan J-Hope tersebut. Menurut penggemar tampilannya memukau dan ada kecenderungan penggemar untuk meniru gaya pakaian J-Hope. Penggemar BTS memang menjadikan idolnya sebagai kiblat dalam kehidupan. Baik cara berpakaian bahkan tidak jarang mereka mengidentifikasi dirinya sebagai idolnya.

Identifikasi diri sebagai idol sering dilakukan oleh penggemar BTS usia remaja. Mereka terobsesi menjadi sama dengan idol biasanya. Cara yang dilakukan adalah meniru semua sifat-sifat yang mereka tangkap dari idol *bias*. Termasuk cara berpakaian, berjalan, serta *gestur* badan. Tidak heran apabila idol Korea menjadi sumber daya bagi industri dalam menawarkan produk mereka. Jumlah penggemar yang cukup banyak dengan loyalitas yang tinggi menjadi daya tarik sekaligus pasar terbuka bagi berbagai produk. Terutama produk *fashion* dan kecantikan. Selain dua *member* di atas, *member* lain yang menggunakan pakaian *unisex* adalah Jimin. Seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 3. Jimin mengenakan *outer* cerah dan feminin

Sumber: Akun Instagram @bangtanoutfit7

Jimin menggunakan *outer* yang bisa digunakan oleh perempuan maupun laki-laki. Dengan pemilihan warna yang cenderung netral sehingga tidak identik dengan gender-gender tertentu. Riasan wajah yang digunakan juga cenderung *soft*. Tidak heran saat ini banyak fans laki-laki yang mulai meniru riasan tersebut. Selain itu, penggemar laki-laki juga memiliki kecenderungan merawat tubuhnya menggunakan *skincare*. Hal ini tidak lagi tabu bagi mereka untuk rajin merawat diri. Seringkali *fansgirl* BTS memiliki kecenderungan menyukai laki-laki yang pandai merawat diri.

Peneliti melakukan wawancara dengan sejumlah informan untuk mengetahui sejauh mana mereka meniru penggunaan pakaian unisex. Berdasarkan hasil wawancara informan AD menjawab bahwa dia mengenal pakaian unisex dari idol BTS. Menurutnya, pakaian yang digunakan oleh idol biasanya yaitu Jimin selalu pas ditubuh Jimin. Maka dari itu informan AD seringkali ingin memadukan pakaian yang digunakan Jimin dalam style yang dia gunakan. Salah satunya yaitu pemilihan anting, aksesoris, dan juga *outer*. Meskipun dia tidak membeli merk seperti yang digunakan Jimin, namun informan AD mengaku memilih model yang hampir sama dengan Jimin.

Selain itu, informan lain juga mengeskpresikan kesukaannya dengan cara yang sama. Mereka meniru dan membeli pakaian dengan gaya yang mirip idol biasanya. Penggemar juga meniru cara *make up* yang digunakan oleh idol bias mereka. Sehingga ini memunculkan bentuk fashion unisex yang baru di kalangan penggemar BTS. Hal yang diamati oleh penggemar BTS secara terus menerus akan ditiru secara otomatis oleh mereka. Peniruan ini yang kemudian dimaknai sebagai performativitas gender penggemar BTS.

B. Peniadaan Gender melalui *Fashion Unisex*

BTS sebagai salah satu *boyband* idola menghadirkan citra tubuh yang menarik pandangan mata penggemarnya. Seperti halnya *boyband* terdahulu asal Korea Selatan, BTS membawa konsep maskulinitas baru di kalangan penggemarnya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, seluruh informan menjawab bahwa setiap *member* BTS itu maskulin. Konsep maskulinitas baru tersebut di antaranya ialah mulai menghadirkan laki-laki yang gemar merawat tubuh serta penampilannya, menampilkan sifat-sifat *softboy* seperti laki-laki yang mengayomi, dewasa dan tidak menyukai kekerasan. Gambaran laki-laki yang dipertontonkan BTS berbeda jauh dari bentuk maskulinitas sebelumnya. Gambaran maskulinitas yang ditampilkan oleh BTS dapat pula disebut sebagai bentuk maskufeminim atau *soft masculinity*. Pada penampilannya mereka banyak menggunakan aksesoris seperti anting serta pakaian yang *unisex*. Namun, BTS tetap menonjolkan adanya sisi keunggulan mereka sebagai laki-laki melalui bentuk tubuh yang besar.

Bentuk gambaran *soft masculinity* yang ditampilkan BTS ditangkap oleh Army melalui tindakan yang mereka tampilkan secara berulang. Tindakan yang ditampilkan secara berulang tersebut dilihat Army melalui MV, *variety show*, serta unggahan lain dari akun sosial media BTS. Tindakan-tindakan tersebut mereka rangkum dan pahami sesuai dengan pengalaman masing-masing. Hal ini disebabkan karena Army memiliki pandangan yang beragam tentang BTS. Pandangan tersebut dimaknai sesuai dengan pengalaman yang dimiliki. Jadi, citra yang digambarkan BTS dapat diterima sebagai suatu konsep maskulinitas baru karena Army menangkapnya sebagai satu kesatuan nilai yang mereka anggap benar. Selain itu, tepatnya pasar hiburan yang dipilih BTS dalam kampanye kesetaraan gender juga memberikan keuntungan tersendiri bagi BTS. Nilai kesetaraan gender yang dibawa BTS dapat dianggap benar karena Army juga mengalami ketegangan gender di lingkungan mereka. Sehingga apa yang dibawa oleh BTS dapat diterima dengan baik dan dijadikan alternatif solusi.

Peneliti menemukan bahwa penggemar BTS tidak lagi mempedulikan bagaimana bentuk orientasi seksual dari setiap *member* BTS maupun orang disekitarnya. Bagi Army, hal yang berkaitan dengan orientasi seksual merupakan privasi yang tidak boleh dicampuri oleh orang lain. Orientasi seksual merupakan ranah pribadi yang bebas dipilih oleh setiap anggota masyarakat. Army juga menjelaskan bahwa kebahagiaan *member* BTS adalah segalanya bagi mereka. Berdasarkan hal tersebut, konsep *undoing* gender yang ditawarkan oleh Butler terjadi dikalangan Army. Army memaknai performativitas gender BTS sebagai bentuk *soft*

masculinity. BTS mampu melakukan dekonstruksi terhadap budaya mainstream maskulinitas. Melalui penampilan atau performa yang mereka tampilkan, BTS mampu menanamkan nilai bahwa tidak perbedaan gender antara laki-laki dan perempuan. Semua manusia dapat memilih bagaimana orientasi seksual yang mereka inginkan. Selain itu, dalam segi *fashion* semua orang dapat menggunakan selera *fashion* sesuai keinginannya. Mereka tidak harus terperangkap dalam kotak perbedaan antara laki-laki dan perempuan.

Penggemar BTS juga menganggap bahwa *fashion* hanyalah bagian gaya seseorang. Setiap pakaian yang digunakan oleh idol mereka merupakan bentuk ekspresi kenyamanan semata. Hal tersebut dianggap sebagai alternatif baru dalam menggunakan *fashion*. Selain itu *fashion unisex* juga memudahkan penggemar dalam menyelami berbagai mode pakaian baru. Berbagai pilihan menjadi konsekuensi yang memanjakan bagi mereka. Semua mudah didapatkan dan tidak lagi dibatasi oleh batas-batas gender. Hal ini yang dapat disebut sebagai peniadaan gender atau *undoing gender* dalam *fashion unisex* BTS.

KESIMPULAN

Fashion atau mode pakaian selalu mengalami perubahan yang signifikan. Perubahan fashion ini dipengaruhi oleh berbagai hal, baik kebutuhan industri maupun perubahan sosial budaya masyarakat. Manusia sebagai makhluk berbudaya selalu mengalami perubahan dalam hal pemikiran maupun kreativitas hasil karya. Kemunculan budaya Korea di Indonesia tidak hanya memengaruhi selera musik masyarakat, namun juga memengaruhi fashion masyarakat. BTS sebagai salah satu *boyband* terkenal mampu mengubah pandangan penggemarnya dalam hal *fashion*. Bentuk *fashion* yang menjadi andalan penggemar BTS adalah pakaian *unisex*. Pakaian ini dianggap lebih memudahkan mereka dalam memilih gaya dan variasi berpakaian. Selain itu melalui pakaian *unisex*, penggemar BTS tidak merasa terbatas oleh batas-batas gender dalam masyarakat. Maka terjadilah peniadaan gender melalui pakaian *unisex*. Penelitian ini menunjukkan bahwa trend fashion unisex di kalangan penggemar BTS mencerminkan bentuk peniadaan gender. Hal ini sesuai dengan konsep *undoing gender* oleh Judith Butler.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Hillar Setyani, & Muhammad Zakky Azhari. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1).
- Butler, J. (2007). *Gender Trouble* (3rd ed.).
- Chrisman-Campbell, K. (2015). A Brief History of Unisex Fashion. *The Atlantic*.
<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/when-unisex-was-the-new-black/390168/>
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *Diversita*, 6(2).
- Forshee, J. (2006). *Culture and Customs of Indonesia*. Greenwood Press.
- Jeeheng, L. (2019). *The Book of BTS Army*. CommunicationBooks.
- Jung, S. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption*. Hong Kong University Press.
- Lestari, D. R. (2019). *REPRESENTASI BIAS GENDER DALAM DUNIA FASHION KOREA SELATAN: ANALISIS FRAMING GAYA ANDROGINI ANGGOTA BOY BAND KOREA SELATAN*. Universitas Jember.
- M.T, M. F., & Irwansyah. (2020). PERANAN AUDIOVISUAL DALAM FENOMENA HALLYU SEBAGAI BUDAYA DAN GAYA HIDUP REMAJA DI JAKARTA. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(2), 184–201.
- McNeil, P. (2023). Men's Fashion 2008-22. *The Routledge History of Fashion and Dress, 1800 to the Present*, 411–436. <https://doi.org/10.4324/9780429295607-27>
- Nadhiroh, F. R. (2018). 8 Boy Band Korea yang Hits di Tahun 2000-an. *IDN TIMES*.
- Aulia Hillar Setyani, & Muhammad Zakky Azhari. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1).
- Butler, J. (2007). *Gender Trouble* (3rd ed.).

-
- Chrisman-Campbell, K. (2015). A Brief History of Unisex Fashion. *The Atlantic*.
<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/when-unisex-was-the-new-black/390168/>
- Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih, D. R., & Malik, F. (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *Diversita*, 6(2).
- Forshee, J. (2006). *Culture and Customs of Indonesia*. Greenwood Press.
- Jeeheng, L. (2019). *The Book of BTS Army*. CommunicationBooks.
- Jung, S. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption*. Hong Kong University Press.
- Lestari, D. R. (2019). *REPRESENTASI BIAS GENDER DALAM DUNIA FASHION KOREA SELATAN: ANALISIS FRAMING GAYA ANDROGINI ANGGOTA BOY BAND KOREA SELATAN*. Universitas Jember.
- M.T, M. F., & Irwansyah. (2020). PERANAN AUDIOVISUAL DALAM FENOMENA HALLYU SEBAGAI BUDAYA DAN GAYA HIDUP REMAJA DI JAKARTA. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(2), 184–201.
- McNeil, P. (2023). Men’s Fashion 200822. *The Routledge History of Fashion and Dress, 1800 to the Present*, 411–436. <https://doi.org/10.4324/9780429295607-27>
- Nadhiroh, F. R. (2018). 8 Boy Band Korea yang Hits di Tahun 2000-an. *IDN TIMES*.
- Nagpal, S., Ruchi, & Sharma, P. (2023). A Study on Factors Affecting Fashion Trends that Impacts the Society. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 5(1), 1–5.
<https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i01.1440>
- Park, J.-K., & Thanommongkol, P. (2021). “Shock of Daughters”: Fashion, Unisex Style, and Gender Politics in South Korean Media (1970s–1980s). *Acta Koreana*, 21(2), 79–104.
- Safina, M., & Kusumandyoko, T. C. (2020). KAJIAN FOTO KONSEP ALBUM LOVE YOURSELF: ANSWER VERSI S OLEH BANGTAN SEONYEONDAN BTS. *Jurnal Barik*, 1(1), 123–136.
- Utama, P. (2021, June 13). Gelombang Hallyu yang Terus Berderu. *Koran Tempo*.



Yasa, D. P. Y. A. T. (2021). VIDEO MUSIK BOYBAND BTS SEBAGAI BENTUK
PERLAWANAN TERHADAP TOXIC MASCULINITY. *Prosiding Seminar Nasional
Desain Dan Arsitektur (SENADA)*.