

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Budaya merupakan hal penting yang perlu diketahui saat menjadi seorang warga negara. Menurut Edward B. Taylor pada tahun 1871, budaya adalah keseluruhan suatu kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan serta kebiasaan lain yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. Budaya diturunkan dari generasi ke generasi. Namun, setiap generasi memiliki hal baru untuk ditambahkan sebelum meneruskan budaya sebelumnya. Seperti baju tradisional *kimono* dan kain batik yang sekarang sudah mudah digunakan secara instan. Budaya yang mengalami perubahan juga tidak bisa langsung diterima oleh seluruh masyarakat. Setiap perubahan pasti akan mengalami pro dan kontra di sebagian masyarakat.

Semua negara tentunya ingin negaranya menjadi lebih maju dan selalu mengalami perkembangan dalam beberapa bidang. Namun, di setiap perkembangan tentunya akan mengalami banyak perubahan. Dalam perubahan tidak hanya keadaan yang menjadi lebih mudah untuk melakukan sesuatu, akan tetapi pola pikir masyarakat yang mulai terbuka terhadap masuknya budaya asing maupun tingkah laku masyarakat yang ikut mengalami perubahan karena melihat perilaku masyarakat asing. Perubahan bisa terjadi dalam beberapa bidang seperti bidang otomotif, bidang teknologi, maupun bidang *fashion and beauty*.

Perkembangan dalam bidang *fashion and beauty* merupakan salah satu budaya yang banyak mengalami perubahan di beberapa negara. *Fashion* merupakan cara berpakaian khas yang dibuat seseorang untuk diri sendiri. Sebagian besar masyarakat memakai *fashion* yang unik untuk membuat orang lain lebih mudah mengenalinya. Sedangkan, *beauty* merupakan sebuah karakteristik yang mengarah pada kecantikan baik fisik maupun spiritual. *Beauty* secara individu atau masyarakat memiliki beberapa kombinasi kecantikan batin,

yang mencakup faktor psikologis seperti kepribadian, kecerdasan, keanggunan, kesopanan, dan karisma (Mangano, 2018).

Menurut artikel *BoF (The Business of Fashion)*, saat ini *Japan`s domestic beauty market* atau produk kecantikan lokal Jepang merupakan salah satu produk yang kualitas bahannya bagus dan menggunakan teknologi yang sangat modern. Seperti baju yang dibuat dengan teknologi *quick drying* atau mudah kering hingga *seamless design* yaitu suatu teknologi pada potongan bahan dengan sensasi *smooth touch* dan tanpa jahitan. Oleh karena itu, mulai banyak bermunculan produk kelas atas dengan disertai permintaan konsumen yang berkembang pesat (Suen, 2019). Jepang juga merupakan salah satu tempat untuk *brand fashion* besar yang melayani banyak permintaan konsumen mulai dari *fashion* yang terjangkau hingga kelas atas. Salah satu *brand fashion* Jepang yang banyak diketahui saat ini yaitu Uniqlo. Uniqlo merupakan *brand fashion* Jepang yang memiliki beberapa koleksi dengan teknologi terbaru seperti *quick drying*, *seamless design*, *anti bacterial*, dan *uv protection*.

Namun pada awalnya *fashion and beauty* di Jepang baru terlihat pada era Heian (794-1192). Saat itu seorang perempuan dengan status sosial yang tinggi menutupi sebagian besar kulitnya dengan memakai *kimono*. Hal tersebut didorong oleh *beauty standard* pada era itu yaitu memiliki kulit yang cerah dengan wajah putih dan para bangsawan mulai memakai *kosode*. *Kosode* merupakan *kimono* lengan pendek dengan pola bunga dan tanaman musim gugur di atas kain tenun. Setelah itu, mulai masuk era Edo (1603-1868), pada era ini, *beauty standard* mulai berubah menjadi putih alami bukan dengan kosmetik yang bisa membuat putih wajah seperti yang terjadi pada era Heian. Di era Edo, perempuan mulai menggunakan lipstik dan memerahkan pipi. Seiring dengan berjalannya waktu, negara Jepang mulai masuk menjadi negara modern yaitu era Meiji (1868-1912), pengaruh budaya dari negara barat pun mulai masuk. Para perempuan mulai mengenal wajah alami dan kosmetik dengan berbagai warna. Pada era Meiji pejabat pemerintah dan istri mereka diharuskan memakai pakaian ala barat di tempat kerja dan acara formal. Namun, masih umum bagi wanita untuk menggunakan *kimono* dengan ditambahkan beberapa aksesoris seperti

payung atau tas. Berlanjut di era Taisho (1912-1926), kehidupan modern mulai berkembang pesat. Negara barat dan negara timur mulai berbagi tren *fashion* dan membuat pakaian semua negara menjadi serupa. Mulai memasuki era Showa (1926-1989), pada era ini periode terbagi menjadi dua yaitu sebelum dan sesudah perang. Pembatasan masa perang membuat masyarakat membuang pakaian mencolok demi pakaian yang sederhana. Namun, setelah tahun 1950-an tren *fashion* mulai kembali berkembang bersamaan dengan ledakan ekonomi. Pakaian barat menjadi arus utama dan *kimono* disediakan hanya pada acara-acara khusus. Tren mode pada era Showa masih memiliki unsur Jepang dengan memasukkan sedikit inspirasi dari Amerika dan Eropa seperti *swinging-sixties mods*, *dolly girls*, *long-haired*, dan *free-loving hippies*. Munculnya media-media baru menyebabkan *fashion*, seni, dan musik menjadi semakin terjalin pada era baru yaitu era Heisei (1989-2019). Masyarakat mulai mengikuti tren secara massal dengan keinginan mereka sendiri. Sebagian besar pemuda Jepang mulai melihat ke negara barat. Tren *fashion* Jepang pun mempengaruhi mode di seluruh dunia dengan mencampur mode lama, mode baru, negara barat, negara timur yang akhirnya menciptakan tren *fashion* baru seperti *lolita*, *kawaii*, *visual kei*, serta *genderless style* (TokyoWeekender, 2021).

*Fashion and beauty* tidak mempunyai batasan untuk umur maupun gender. Oleh karena itu, masyarakat membuat suatu *style* untuk dirinya sendiri supaya mereka merasa lebih nyaman. Namun, sebagian besar perusahaan mempunyai target penjualannya seperti menentukan gender yang akan memakai produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Setiap gender mempunyai gayanya masing-masing untuk membuat dirinya terlihat lebih maskulin atau feminim. Seperti yang dikemukakan oleh Masafumi Monden (2014) pada bukunya yang berjudul *Japanese Fashion Cultures*

*Clothes are a fundamental component in the sustenance of 'gender' performance because they are 'one of the most immediate and effective examples of the way in which bodies are gendered, made "feminine" or "masculine" (Monden, 2014:6)*

Seperti yang ada pada kutipan di atas, pakaian merupakan komponen dasar dalam menunjukkan suatu gender yang dimiliki seseorang. Hal ini mendorong pemikiran masyarakat bahwa seorang perempuan harus bergaya feminim dan laki-laki bergaya maskulin.

Namun, *fashion and beauty* saat ini sama halnya dengan yang sudah terjadi pada era Heisei yaitu masuknya budaya luar membuat generasi baru mulai mencoba membuat *style* untuk terlihat lebih modern dalam mengaplikasikan pakaian maupun *make up* di tubuhnya. Saat ini sebagian masyarakat sudah tidak menentukan hal-hal yang menjadi feminim atau maskulin. Generasi saat ini bisa dikatakan sudah tidak mempunyai batasan gender atau *beauty standard*. Hal ini memacu keluarnya *style* baru seperti androgini maupun *genderless style*. Namun, saat ini Jepang memiliki satu aspek yang paling populer yaitu fenomena *genderless style*. *Genderless style* merupakan salah satu wujud dari dukungan untuk kalangan masyarakat *genderless*. *Genderless* (ジェンダーレス) merupakan kaum yang tidak mendeskripsikan dirinya sebagai perempuan ataupun laki laki.

*Genderless style* atau ジェンダーレス系 merupakan sebuah subkultur yang mengacu pada perempuan ataupun laki-laki yang melintasi batas-batas berpakaian dan berdandan yang telah ditentukan oleh batasan penilaian gender di masyarakat umum. Seperti laki-laki yang memakai riasan dengan menggunakan rok dan perempuan yang memakai pakaian laki-laki. Tren ini sudah menjadi populer untuk sebagian besar anak muda di semua negara termasuk Jepang, terutama anak muda yang aktif dalam menggunakan sosial media. *Genderless style* sering disamakan dengan androgini, secara sekilas dua *style* tersebut memiliki konsep *fashion* yang sama yaitu pakaian untuk semua gender. *Genderless style* merupakan perempuan atau laki-laki yang akan memilih gaya secara bebas di luar batasan berpakaian gender tersebut. Bahkan seorang laki-laki yang memakai *dress* dan *wig* dengan berdandan layaknya perempuan bisa dikatakan memakai *genderless style*. Sedangkan, androgini merupakan salah satu wujud dari pengaplikasian *genderless style*. Androgini hanya bisa dikatakan ketika seseorang memadukkan antara feminim dan

maskulin dalam satu tubuh tanpa terlihat mengubah gambaran seseorang tersebut perempuan atau laki-laki. Kedua hal tersebut, memiliki pemahaman yang sama yaitu tidak untuk membuat pernyataan bahwa mereka adalah seorang perempuan, laki-laki, *guy*, atau heteroseksual. *Genderless style* tidak berkaitan dengan gender maupun seksualitas. *Genderless style* hanyalah pilihan gaya untuk menunjukkan bahwa pakaian dan kosmetik tidak memiliki jenis kelamin dan secara bebas digunakan oleh gender apapun.

*Genderless style* muncul pertama kali di Amerika Serikat pada tahun 1968 di mana desainer seperti Pierre Cardin, Andre Coureges, Paco Rabanne dan Mary Quant memulai lini pakaian yang disebut *Space Age*. *Space age* merupakan model pakaian dengan siluet ramping dan sederhana dengan pola grafis yang berani, kain sintetis baru yang tidak memiliki asosiasi gender historis sehingga dapat digunakan oleh semua kalangan gender. Terutama di kalangan Generasi Z atau generasi pascamillennial yaitu generasi yang lahir sekitaran tahun 1995-2010, mereka sangat menyukai *fashion* tanpa gender (Ghosh, 2021). Tahun 1968 menandai pertama kalinya istilah *unisex* muncul di New York Times, mengacu pada sepatu Monster yang dapat digunakan oleh semua jenis kelamin. Saat itu orang mulai menerima konsep pakaian tanpa gender. Toko mulai menawarkan pakaian denim, set pencocokan keluarga, dan lebih banyak lagi dengan berbagai jenis pakaian *unisex*. Meskipun tren menggunakan pakaian *unisex* tenggelam di tahun 1970-an, tren tersebut muncul kembali sekitar tahun 1990-an. Tak hanya di dunia barat, bahkan Korea Selatan pun melakukan gebrakan yang sama (AEMCY,2021)

*Genderless style* juga semakin banyak digemari masyarakat Jepang dengan menggunakan tren model baju yang sama yaitu *Unisex* sebagai kebebasan berpakaian seseorang. Terbukti dengan *genderless style street fashion* yang meningkat di beberapa kota seperti Tokyo dan Harajuku. *Street fashion* merupakan istilah yang dipakai untuk seseorang yang menggunakan *style* atau gaya pakaian dengan mengikuti tren mode atau gaya yang sedang populer pada zaman tersebut. Di Jepang *genderless style* mulai menjadi tren setelah beberapa model top *genderless* tampil di peragaan busana populer *Tokyo Girls 2015*

*Autumn Fashion Show*. Peragaan tersebut mengusung tema *genderless style*, model-model *genderless* pun dihadirkan untuk memperagakan pakaian yang bisa digunakan oleh laki-laki maupun perempuan. Ada beberapa orang yang paling populer dalam *genderless style* bidang *fashion and beauty* di Jepang yaitu Genking, Toman dan Kondo Yohdi. *Genderless style* yang menjadi populer memacu berbagai *brand fashion* di Jepang untuk membuat berbagai produk tanpa menyangkutkan gender sebagai pasarannya. Seperti pakaian dengan tulisan *unisex* dan *skincare* serta kosmetik yang bisa digunakan oleh laki-laki (Tokyo Fashion, 2016).

*Genderless style* sudah bisa dikatakan hal yang merenggangkan batasan norma gender tradisional di Jepang dan juga Jepang memiliki sejarah *crossdressing* saat pra modern yang mendapat banyak kritik negatif dari masyarakat. Sama halnya dengan *androgyny style*, *crossdressing* yaitu cara berpakaian seseorang dengan mencampurkan feminim dan maskulin di tahun 2000-an. Pada zaman itu para perempuan di Jepang berpenampilan seperti laki-laki untuk menolak feminitas yang telah diatur oleh norma yang berlaku dan mendapat pekerjaan karena pada saat itu pekerjaan didominasi oleh kaum laki-laki. Masyarakat Jepang merupakan masyarakat yang sangat tradisional dan patriaki dalam banyak hal. Sebagian besar masyarakat Jepang memilih konformitas yang lebih diutamakan dari pada ekspresi individu. Masyarakat menganggap *genderless style* adalah hal yang menantang gender yang telah ditentukan dan menciptakan *beauty standard* yang baru. Pemikiran itu akan membuat masyarakat lebih menilai ke arah negatif. Berbeda halnya kalau masyarakat menganggap bahwa *genderless style* merupakan tren mode dalam dunia *fashion and beauty* dan tidak berkaitan dengan gender.

## 1.2 Penelitian yang Relevan

Dalam penulisan penelitian ini, penulis juga membaca beberapa penelitian yang telah dilaksanakan oleh orang lain, dan menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang penulis buat. Berikut penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Penelitian relevan pertama yang penulis dapatkan merupakan penelitian milik Tiara Radinska Deanda pada tahun 2020 dengan judul jurnal “Analisis *Post-Strukturalisme* pada *Genderless Fashion* di Jepang Sebagai Representasi Aktualisasi Diri oleh Generasi Muda di Jepang”. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bagaimana *genderless fashion* sangat populer di kalangan pemuda Jepang dan berhasil mempengaruhi budaya Jepang dalam bidang *fashion*. Dari penelitian tersebut, persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama mengangkat tema *genderless* dalam bidang *fashion* di Jepang. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini, penulis hanya menggunakan penilaian secara umum dalam perkembangan *fashion and beauty* di Jepang. Sedangkan penelitian yang ditulis Tiara Radinska Deanda menggunakan *post-strukturalime* dan representasi.

Penelitian relevan kedua merupakan penelitian milik Lia Syahrianti pada tahun 2016 dengan judul skripsi “Fenomena Androgini pada *Street Fashion* Wanita di Jepang dalam Majalah Kera Vol 168, 173 dan 202”. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan fenomena *androgyny* pada *street fashion* wanita di Jepang dalam majalah Kera vol 168 dan 202, yang bertujuan untuk mendeskripsikan *make up* androgini yang digunakan pada *fashion street* wanita di Jepang dalam majalah Kera vol 173. Dari penelitian tersebut, persamaan dengan penelitian penulis adalah mengangkat tema yang berkaitan dengan budaya populer dalam *fashion and beauty* di Jepang. Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian ini dan penulis yaitu penulis menggunakan budaya populer *genderless style* dan penelitian ini menggunakan *androgyny style* yang merupakan salah satu wujud dari *genderless style*.

### 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi adanya masalah sebagai berikut:

1. *Fashion and beauty* tidak terikat oleh gender maupun seksualitas seseorang.

2. *Genderless style* merupakan faktor pendorong terjadinya kebebasan berpakaian seseorang.
3. *Fashion and beauty* merupakan suatu hal yang bisa digunakan oleh semua kalangan gender di Jepang.
4. *Genderless style* sudah menjadi gaya populer di bidang *fashion and beauty* di Jepang.
5. Kepopuleran *genderless style* merupakan salah satu wujud dari perkembangan dalam bidang *fashion and beauty* di Jepang.
6. Sebagian besar masyarakat Jepang masih memiliki pengertian yang salah terhadap *genderless style*.

#### **1.4 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan indentifikasi di atas, maka yang perlu penulis batasi dalam masalah penulisan penelitian ini adalah perkembangan *genderless style* dalam bidang *fashion and beauty* di Jepang dan *trend genderless style* dalam *fashion and beauty* yang terjadi pada masyarakat Jepang.

#### **1.5 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana perkembangan *genderless style* dalam *fashion and beauty* di Jepang?
2. Apa yang menjadi alasan *genderless style* dapat sangat populer di kalangan masyarakat Jepang sebagai gaya berpakaian?
3. Apakah dampak yang didapatkan dalam bidang *fashion and beauty* setelah munculnya *genderless style* di Jepang?

#### **1.6 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:



1. Untuk mengetahui perkembangan *genderless style* dalam *fashion and beauty* di Jepang.
2. Untuk mengetahui alasan *genderless style* bisa sangat populer di kalangan masyarakat Jepang sebagai gaya berpakaian.
3. Untuk mengetahui segala dampak dalam bidang *fashion and beauty* setelah *genderless style* muncul di Jepang.

## **1.7 Landasan Teori**

### **1.7.1 Fenomena**

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyatakan bahwa fenomena merupakan hal-hal yang dapat disaksikan dengan pancaindra dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia juga menerangkan bahwa fenomena memiliki persamaan dengan gejala yang berarti perihal keadaan atau peristiwa yang tidak biasa dan patut diperhatikan (<https://www.kbbi.web.id/fenomena>)

Dari pengertian di atas, fenomena adalah kejadian, atau keadaan yang terjadi di antara masyarakat dan dapat dilihat, dirasakan, diamati oleh masyarakat.

### **1.7.2 Budaya Berpakaian**

Koentjaraningrat (1993) menyatakan bahwa kebudayaan berasal dari bahasa sansekerta buddhayah yang merupakan bentuk jamak dari buddhi yang berarti budi atau akal, sehingga menurutnya kebudayaan dapat diartikan sebagai hal-hal yang bersangkutan dengan budi dan akal, ada juga yang berpendapat sebagai suatu perkembangan dari majemuk budi-daya yang artinya daya dari budi atau kekuatan dari akal.

Manusia merupakan makhluk berbudaya dengan akal, budi dan daya yang dimilikinya untuk menghasilkan gagasan maupun karya yang dapat berupa moral, seni, hukum, kepercayaan yang kontinu dilakukan, hingga bermuara pada bentuk kebiasaan dan menjadi istiadat dalam lingkungan masyarakat (Muali, 2017).

Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan berpakaian bisa diartikan sebagai mengenakan pakaian dan juga berdandan. Berpakaian merupakan kata yang berasal pakaian yang memiliki arti barang apa yang dipakai seperti baju, celana, dan sebagainya (<https://kbbi.web.id/pakai>).

Berdasarkan pengertian di atas, budaya berpakaian bisa diartikan dengan suatu cara berpakaian seseorang yang sudah ada sejak zaman dahulu, dan diturunkan dari generasi ke generasi dengan mengikuti perkembangan.

### 1.7.3 Gender

Gender merupakan perbedaan peran, atribut, sifat, sikap dan perilaku yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Kata gender dapat diartikan sebagai peran yang dibentuk oleh masyarakat serta perilaku yang tertanam lewat proses sosialisasi yang berhubungan dengan jenis kelamin. Gender memiliki perbedaan secara biologis antara perempuan dan laki-laki. Namun, kebudayaan menafsirkan perbedaan biologis ini menjadi seperangkat tuntutan sosial tentang kepantasan dalam berperilaku, dan pada gilirannya hak-hak, sumber daya, dan kuasa (<https://www.kemenpppa.go.id>).

Berdasarkan pengertian di atas gender atau jenis kelamin merupakan suatu pemisah antara laki-laki dan perempuan secara biologis.

### 1.7.4 Identitas Gender

Stewart & Lykes (1998) menyebutkan *gender identity* atau identitas gender, yaitu bagaimana seseorang mempersepsi dirinya sendiri dengan memperhatikan jenis kelamin dan peran gender. Identitas gender seseorang juga terbentuk berdasarkan interaksi sosial dari sejak lahir dengan lingkungan dan budaya di sekitar.

Berdasarkan pengertian di atas, identitas gender dapat diartikan sebagai pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri dan bagaimana tanggapan orang lain melihat diri seseorang sesuai dengan sifat dan peran yang dilakukan.

### 1.7.5 Ekspresi Gender

Ekspresi gender apa yang ingin seseorang tunjukkan untuk dilihat orang lain atau bisa diartikan bagaimana seseorang ingin mengekspresikan dirinya di depan umum, mulai dari cara berpenampilan atau berpakaian, berbicara, maupun berperilaku. Ekspresi gender dibagi atas maskulin, feminin, dan androgini (Killerman, 2013:87-88). Ekspresi gender ditunjukkan dengan cara seperti:

1. Maskulin: karakter seseorang yang umum terdapat pada laki-laki, atau suatu peran gender yang terbentuk oleh budaya. Maskulin adalah sifat dipercaya dan karakter yang terbentuk oleh budaya sebagai ciri-ciri yang ideal bagi laki-laki, Misalnya agresif.
2. Feminin: karakter seseorang yang pada umumnya terdapat pada perempuan. Ketika dikombinasikan dengan “stereotipikal”, feminin merupakan ciri-ciri yang dipercaya dan dibentuk oleh budaya sebagai ideal bagi perempuan, Misalnya lemah lembut, simpatik, mudah menangis dan periang.
3. *Androginy*: adanya karakteristik maskulin dan feminin yang diinginkan pada seseorang pada saat bersamaan atau bergantian. Individu yang androgini adalah seorang laki-laki yang asertif (sifat maskulin) dan mengasihi (sifat feminin), atau seorang perempuan yang dominan (sifat maskulin) dan sensitif terdapat perasaan orang lain (sifat feminin). androgini berhubungan dengan berbagai atribut yang sifatnya positif, seperti percaya diri yang tinggi, kecemasan rendah, dan kreatifitas.

Berdasarkan pengertian di atas, ekspresi gender dapat diartikan sebagai cara seseorang menunjukkan siapa dirinya yang terlihat dari beberapa cara, seperti berpakaian, berbicara, dan bertingkah.

### 1.7.6 *Genderless style*

*Genderless* atau gender netral merupakan sesuatu tidak terkait dengan perempuan atau laki-laki. Hal ini merujuk pada berbagai aspek seperti konsep atau gaya bahasa (<https://eige.europa.eu>).

*Style* merupakan label konvensional yang digunakan orang untuk bergaya. Masyarakat menggunakan *style* untuk hal-hal seperti bahasa gaul, mewah, pidato sopan, mengumumkan, pembicaraan informal, ceramah, dialek, bahasa hip hop, dan banyak lainnya. Label semacam itu menarik perhatian pada verbal perilaku, tetapi gaya mungkin paling tepat digambarkan sebagai model budaya dari interaksi (Agha, 2007).

*Genderless style* atau *genderless kei* merupakan gaya yang dilakukan seseorang tanpa melihat *gender* tertentu. *Genderless style* merupakan mode yang tidak berkaitan dengan seksualitas maupun identitas gender dan tidak dianggap sebagai orang yang mencoba untuk melewati batasan gender yang telah ditentukan (Monden, 2014).

Berdasarkan pengertian di atas, *genderless style* merupakan cara atau sesuatu yang seseorang sukai untuk memberikan ciri khas tanpa melihat suatu gender tertentu.

### **1.7.7 Fashion and Beauty**

Mangano dalam artikelnya yang berjudul *How Do You Define Beauty and Fashion*, kecantikan dalam ranah *fashion* dapat digambarkan sebagai karakteristik atau atribut yang mengarah pada keselarasan, keseimbangan, daya tarik, dan kesejahteraan. Kecantikan, baik fisik maupun spiritual. Karakterisasi seseorang sebagai "cantik", baik secara individu atau berdasarkan konsensus masyarakat, sering didasarkan pada beberapa kombinasi kecantikan batin, yang mencakup faktor psikologis seperti kepribadian, kecerdasan, keanggunan, kesopanan, karisma, integritas dan keanggunan, dan kecantikan luar, yang meliputi atribut fisik yang dinilai berdasarkan estetika.

*Fashion* adalah pasangan yang sempurna untuk melengkapi penampilan seseorang dengan memilih sendiri pakaian, alas kaki, dan aksesoris yang tepat. Cincin mewah yang bagus di jari Anda dapat meningkatkan gaya dan *fashion* memiliki tampilan khas yang merujuk ke gaya pribadi seseorang (Mangano, 2018).

Berdasarkan pengertian di atas, jika digabungkan *fashion and beauty* adalah tampilan yang membuat seseorang untuk kesenangan pribadi agar memiliki ciri khas saat dilihat orang lain.

### **1.8 Metode Penelitian**

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode deskriptif analisis. Semua fakta yang berkaitan dengan unsur-unsur objek penelitian dikumpulkan secara sistematis, selanjutnya dianalisis. Sementara itu, untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, peneliti akan menggunakan teknik studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisis buku maupun data dari internet yang relevan sebagai bahan acuan untuk mengkaji masalah dalam penelitian ini.

### **1.9 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut

1. Secara teoritis, dapat dijadikan sebagai sumber pustaka maupun bahan kajian untuk penelitian yang lebih lanjut di bidang budaya terkait dengan *genderless* dan *fashion beauty* negara Jepang. Disamping itu melalui penelitian ini dapat memperluas pemahaman mengenai perkembangan *fashion and beauty* terkait dengan *genderless style* yang populer di Jepang.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan pengetahuan bagi pembelajar yang lain supaya lebih memahami mengenai *genderless style* dalam dunia *fashion and beauty* di Jepang.

### **1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi**

**Bab 1 Pendahuluan**, pada bab ini penulis akan memaparkan latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab 2 Fenomena *Genderless Style***, pada bab ini penulis akan memaparkan mengenai fenomena *genderless style* antara lain, awal mula *genderless style*, hubungan antara gaya berpakaian, gender, dan jenis, standar kecantikan laki-laki dan perempuan di Jepang, wujud *genderless style* yang populer di Jepang, kontribusi perusahaan fashion Jepang dalam *genderless style*, dan kondisi masyarakat Jepang dalam mengikuti tren mode *genderless style*.

**Bab 3 Analisis Mengenai Fenomena *Genderless* di Bidang *Fashion and Beauty* Jepang**, pada bab ini penulis akan memaparkan mengenai analisis yang telah dilakukan penulis. Terdiri dari dua sub bab. Pertama, uraian mengenai fenomena kepopuleran *genderless style* pada bidang *fashion and beauty* di Jepang. Kedua, mengenai dampak yang didapatkan masyarakat Jepang saat memilih menggunakan *genderless style* sebagai *fashion and beauty*.

**Bab 4 Kesimpulan**, pada bab ini penulis akan menyimpulkan isi dari penelitian dan saran dari penelitian ini. Bab ini juga akan menjadi bab penutup.

