

Dunia permodelan berkaitan erat dengan dunia fashion, di mana dunia agensi fashion dan dunia permodelan merupakan suatu tempat berkumpulnya orang-orang yang memiliki ketertarikan, kemampuan dan keinginan untuk terjun ke dalam dunia fashion. Tidak sedikit masyarakat yang memiliki stereotip yang buruk terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam dunia agensi fashion dan dunia permodelan. Menurut (Berty, 2018) sisi buruk dunia modeling diantaranya terjatuh hutang, kekerasan seksual dan juga terlibat dalam penggunaan obat-obatan terlarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola interaksi yang terjadi terhadap semua pihak di dalam dunia agensi fashion dan dunia permodelan, cara merubah stigma masyarakat yang kurang baik menjadi tindakan supportif dan membuat masyarakat lebih sadar sehingga dapat mengapresiasi, menerima dan mendukung dunia agensi fashion dan permodelan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Sedangkan, data sekunder diperoleh melalui tinjauan literatur. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa stereotipe yang ada di Masyarakat terhadap para pelaku yang terlibat dalam dunia agensi fashion dan permodelan yaitu cowoknya melambai, suka sesama jenis atau LGBTQ, terlibat dunia malam, pergaulan bebas. Terbentuknya karena isu sensitif dari mulut ke mulut, media menyuguhkan informasi terkait dunia fashion dan permodelan tanpa disaring serta adanya sifat *over proud* yang ditunjukkan oleh para pelaku yang terlibat dalam dunia *fashion* dan permodelan. Agar hal tersebut tidak semakin bertambah besar dan semakin melebar, diharapkan model laki-laki menunjukkan sisi maskulinitasnya, media membangun cerita-cerita positif terkait modeling, serta yang terlibat didalamnya dapat menerapkan *fashion behavior* dan menyesuaikan diri.

**Kata kunci:** Stereotipe, fesyen, model, LGBTQ

The world of modeling is closely related to the world of fashion, where the world of fashion agencies and the world of modeling is a gathering place for people who have the interest, ability and desire to enter the world of fashion. Not a few people have bad stereotypes about those involved in the world of fashion agencies and the world of modeling. According to (Berty, 2018) the bad sides of the world of modeling include being trapped in debt, sexual violence and also being involved in the use of illegal drugs. This research aims to determine the interaction patterns that occur with all parties in the world of fashion agencies and the world of modeling, how to change the stigma of bad society into supportive actions and make people more aware so that they can appreciate, accept and support the world of fashion and modeling agencies. The research method used is a qualitative research method with a descriptive approach, the data used is primary data obtained through interviews and observation. Meanwhile, secondary data was obtained through a literature review. The results of this research found that the stereotypes that exist in society regarding actors involved in the world of fashion and modeling agencies are men who wave, like the same sex or LGBTQ, are involved in the nightlife, are promiscuous. Formed due to sensitive issues through word of mouth, the media presents information related to the world of fashion and modeling without being filtered as well as the proud nature shown by actors involved in the world of fashion and modeling. So that this does not get bigger and wider, it is hoped that male models will show their masculinity side, the media will build positive stories related to modeling, and those involved in it can apply fashion behavior and adapt.

**Key words:** Stereotypes, fashion, models, LGBTQ