

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Keberadaan penggemar K-Pop (Korean Pop) sudah sangat umum bagi masyarakat Indonesia. Kesan yang ditampilkan oleh musik K-Pop cenderung identik dengan kesan manis dan imut, sehingga masyarakat menganggap bahwa musik K-Pop adalah musik perempuan. Sehingga laki-laki yang menyukai musik K-Pop dianggap tidak maskulin. Akan tetapi, laki-laki penggemar *boygroup* Korea tersebut menyanggah persepsi masyarakat dan menganggap bahwa diri mereka tetap maskulin. Penelitian ini menarik diteliti karena laki-laki penggemar *boygroup* Korea tersebut disadari atau tidak merepresentasikan sebuah tantangan terhadap wacana umum tentang maskulinitas. Wacana umum maskulinitas yang dimaksud adalah wacana tentang satu tipe pemaknaan tentang maskulinitas yaitu kuat, berotot, menyukai musik *rock*, dan tidak keperempuanan.

Secara umum maskulinitas adalah suatu hal yang biasanya diidentikkan dengan laki-laki. Menurut Connel dan Messerschmidt "maskulinitas bukanlah entitas tetap yang dimiliki individu, melainkan dapat berubah dan berbeda melalui proses sosial yang dilakukan oleh setiap individu" (Connel and Messerschmidt, 2005:836). Bukan hanya melalui proses sosial, maskulinitas juga dapat terbentuk melalui konstruksi budaya (Dermatoto, 2010:10). Menurut Kurnia (2004) dalam jurnal "Representasi Maskulinitas dalam Iklan" maskulinitas adalah imaji fisik yang direpresentasikan laki-laki dan memiliki sifat jantan, berotot dan kuat. Representasi maskulinitas juga dapat terlihat dalam wujud pembagian pekerjaan, laki-laki yang maskulin adalah laki-laki yang bertanggung jawab untuk mencari nafkah (Winata, 2012:55). Selain itu, selera musik juga dapat menjadi wujud representasi maskulinitas, menurut Shepherd (2015) dalam Pradana (2019:142) industri musik merupakan ranah yang didominasi oleh laki-laki. Hal ini dicontohkan oleh Simon dan Frith (1990) dalam Pradana (2019:142) pada genre musik *rock* dan *rock n roll*, genre musik ini secara tidak langsung merepresentasikan konstruksi maskulinitas. Beynon (2002) dalam Tanjung (2015:230) menuturkan bahwa Laki-laki diharuskan

menjaga dan memperkuat konsep maskulinitas dalam diri dengan tidak memiliki sifat dan sikap keperempuanan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa maskulinitas dikonstruksi atau dibentuk oleh masyarakat, baik secara budaya maupun sosial. Makna maskulinitas kemudian terwujud dalam penampilan fisik, pekerjaan, hingga selera musik. Sehingga makna maskulinitas yang diterima oleh setiap laki-laki akan berbeda-beda, akan tetapi laki-laki tersebut tetap harus menjaga konsep maskulinitas dalam dirinya.

Perbedaan konstruksi makna maskulinitas juga bisa terjadi pada sekelompok orang yang disebut penggemar. Penggemar atau *fans* menurut Jenkins (2002) dalam Kurniawati (2013) adalah seseorang yang akan sangat loyal terhadap suatu hal yang menjadi ketertarikannya. Jenkins (dalam Nasrullah, 2018:91) juga mendefinisikan bahwa acara televisi, film-film di bioskop, klub olahraga sampai dengan grup musik dapat menjadi pemicu munculnya sekelompok penggemar. Joli Jensen (1992) dalam Linden (2017:76) berpendapat bahwa penggemar sering dianggap sebagai kelompok orang yang berperilaku berlebihan sampai dengan kegilaan. Sehingga kata fanatik akan selalu muncul jika membahas tentang kelompok penggemar tersebut. Jensen (1992) dalam Lewis (2001:9) memiliki pendapat bahwa penggemar memiliki dua tipe yang khas yaitu 'individu yang terobsesi' (biasanya laki-laki) dan 'kerumunan histeris' (biasanya perempuan).

Jenkins (2008) dalam Linden (2017:23) berupaya melihat budaya penggemar sebagai sesuatu yang positif. Fandom menurut Jenkins (2007) dalam Nursanti (2013) adalah salah satu cara khalayak aktif dalam kegiatan mengkreasikan makna dari sebuah teks dalam media. Melalui media fans melakukan sebuah aktivitas yang disebut *fangirling* (berasal dari kata *fangirl*. *Fans* laki-laki disebut dengan sebutan *fanboy*. Kategori *Fangirl* dan *fanboy* sering dibedakan, karena praktik tertentu yang mereka lakukan di dalam fandom. Namun pada dasarnya *fans*/penggemar/konsumen adalah sama).

Hills (2002) dalam Saifuddin dan Masykur (2014:5) berpendapat bahwa *fans* atau penggemar merupakan seorang yang menyukai suatu hal sampai dengan terobsesi. Hal yang disukai tersebut dapat berupa seorang bintang, acara televisi,

sampai dengan grup musik. Penggemar yang sudah terobsesi dapat mengetahui informasi apapun yang berkaitan dengan hal-hal yang disukainya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *fans* atau penggemar merupakan seseorang yang sangat menyukai pada suatu hal sampai bisa terobsesi dengan hal tersebut. Hal-hal yang biasanya disukai oleh penggemar sampai terobsesi adalah, seperti selebriti, acara televisi sampai grup musik. Penggemar yang terobsesi akan menjadi konsumen yang sangat loyal bagi hal yang disukainya, hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana penggemar tersebut mengonsumsi produk yang diproduksi oleh kesukaannya tersebut.

Kemunculan penggemar K-Pop (Korean Pop) di Indonesia sudah sangat umum bagi masyarakat maupun media di Indonesia. Penggemar K-Pop yang semakin besar di Indonesia terlihat dari semakin banyaknya acara konser musik K-Pop yang digelar di Indonesia. Tercatat dari beberapa artikel yang disunting oleh IDN Times, terdapat sekitar 14 konser K-Pop yang diadakan di Indonesia pada tahun 2018. Acara konser musik K-Pop pada tahun 2019 pun mulai meningkat menjadi sekitar 20 konser K-Pop diadakan di Indonesia yang tercatat dari beberapa artikel yang disunting oleh IDN Times. Media-media di Indonesia juga mulai umum menampilkan konten informasi tentang K-Pop. Kemudian penggemar laki-laki di Indonesia yang menyukai musik K-Pop terbilang cukup signifikan, seperti yang tertera dalam artikel yang disunting oleh IDN Times pada tanggal 26 Februari 2019 terdapat 7.9% laki-laki yang menggemari musik K-Pop dari 580 orang koresponden (Tridanti, 2019).

Kesan yang ditampilkan musik K-Pop cenderung terkesan *sweet* dan *girly*, sehingga memberikan kesan bahwa musik K-Pop hanya layak disukai oleh perempuan. Masyarakat pun mulai menganggap laki-laki yang menyukai musik K-Pop tidak maskulin. Menurut Psikolog anak dan remaja Alzena Masykouri “laki-laki diberi pandangan aneh jika menyukai K-Pop karena imaji atau kesan K-Pop yang *sweet* atau *girly*. Sehingga, masyarakat menganggap bahwa penggemar K-Pop hanya para perempuan saja” (Eldia, 2019). Selain dianggap tidak pantas, laki-laki yang menyukai K-Pop biasanya juga dianggap feminin dan juga *gay*. Laki-laki yang

menyukai K-Pop akan selalu mendapatkan stigma negatif dari orang-orang disekitarnya (Susilo, 2018).

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai laki-laki yang menggemari musik K-Pop dianggap tidak maskulin, namun laki-laki tersebut tetap menganggap dirinya sebagai laki-laki yang maskulin. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti bagaimana laki-laki yang menggemari musik K-Pop tersebut memaknai maskulinitas itu sendiri. Penelitian ini akan menggunakan teori *Queer*<sup>1</sup> sebagai teori pendukung penelitian ini, di mana teori ini menyatakan bahwa jender setiap individu bersifat cair, tidak tetap, dan dapat berubah. Teori *queer* menurut Jagose (1996:3) adalah kajian yang memfokuskan pada hal-hal yang di luar normalitas yang berhubungan dengan jenis kelamin, jender dan hasrat. Penggunaan pada teori *queer* yang akan penulis gunakan cenderung berbeda dengan penggunaan teori *queer* pada umumnya. Penggunaan teori *queer* pada penelitian sebelumnya membahas pada hal-hal yang di luar dari heteronormatif seperti LGBT (*lesbian, gay, biseksual, transgender*), sedangkan yang penulis bahas adalah hal-hal yang di dalam dari heteronormatif.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu, yang pertama adalah penelitian milik Vivitri Endah Andriani dengan judul resistensi terhadap konstruksi dominan homoseksual dalam film *Coklat Stroberi* (2014). Penelitian ini menjelaskan tentang bentuk-bentuk perlawanan kaum homoseksual dalam film *Coklat Stroberi*. Dalam penelitian ini Andriani berargumen bahwa perlawanan dan perjuangan yang dilakukan kaum homoseksual terhadap hegemoni maskulinitas adalah untuk mendapatkan penerimaan di dalam masyarakat. Penelitian ini melihat pada penerimaan kaum homoseksual dari teman-teman dekat dan masyarakat kalangan atas. Penelitian ini menggunakan data pada perlawanan-perlawanan kaum homoseksual dalam film *Coklat Stroberi*. Penelitian ini penting bagi penulis karena memberikan penulis gambaran tentang bagaimana kaum homoseksual melakukan perlawanan agar diterima oleh masyarakat.

---

<sup>1</sup> Penulis tidak menemukan terjemahan yang disepakati tentang *Queer* sehingga dipertahankan menggunakan Bahasa Inggris. Teori *Queer* yang dimaksud adalah *mismatch* antara yang umum, bukan suatu hal yang aneh.

Kemudian penelitian yang kedua adalah milik Marsya ‘Aissathu Rohmah dengan judul identitas inkoheren dalam novel Tabula Rasa karya Ratih Kumala (kajian teori *queer* Judith Butler) (2018). Penelitian ini menjelaskan tentang ketidakpastian jender Raras dalam novel Tabula Rasa. Dalam penelitian ini Rohmah berargumen bahwa konstruksi seksualitas seseorang dapat berubah melalui proses pengalaman hidup. Penelitian ini melihat pada performativitas komunikasi, penampilan fisik dan aktivitas seksual tokoh Raras dalam novel Tabula Rasa. Penelitian ini menggunakan data pada perubahan jender tokoh Raras dalam novel Tabula Rasa.

Kemudian penelitian yang ketiga adalah milik Vian Andhika Octaningtyas (2017) dengan judul representasi maskulinitas *boyband* dalam video klip. Penelitian ini menjelaskan tentang bentuk-bentuk maskulinitas yang direpresentasikan *boyband* 2PM dalam video klip. Dalam penelitian ini Octaningtyas berargumen bahwa bentuk maskulinitas tidak hanya sekedar laki-laki yang bertubuh besar dan berotot, karena maskulinitas tidak bersifat tunggal dan tetap. Maskulinitas dapat berubah dan berbeda bagi setiap individu sesuai dengan pengalaman hidup masing-masing individu. Dalam penelitian ini melihat pada tampilan bentuk maskulinitas yang direpresentasikan dalam video klip. Kemudian penelitian yang keempat adalah penelitian milik M. Adha Al Kodri (2016) dengan judul representasi maskulinitas *boyband* Shinee dalam video klip Ring Ding Dong melalui analisis semiotika. Penelitian ini menjelaskan tentang maskulinitas yang direpresentasikan *boyband* Shinee melalui video klip. Dalam penelitian ini melihat pada tampilan-tampilan maskulinitas yang direpresentasikan oleh *boyband* Shinee dalam video klip Ring Ding Dong.

Keempat penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas secara umum membahas pada hal yang sama yaitu sama-sama meneliti pada sisi teks atau media saja. Sedangkan representasi maskulinitas tidak hanya terjadi pada media saja, melainkan pada setiap individu. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada sisi individu sebagai konsumen teks atau media. Penelitian terdahulu tentang maskulinitas berkaitan dengan penelitian yang akan penulis bahas, karena penulis akan membahas tentang makna maskulinitas bagi individu. Penelitian terdahulu yang menggunakan teori *queer*

berkaitan dengan penelitian yang akan penulis bahas, karena penulis akan menggunakan teori *queer* sebagai teori pendukung penelitian ini.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana penggemar laki-laki yang menggemari *boygroup* Korea memaknai maskulinitas di tengah konstruksi makna maskulinitas umum di masyarakat?”

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah penulis uraikan di atas, maka pertanyaan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana laki-laki penggemar *boygroup* Korea ini memaknai maskulinitas?
2. Bagaimana laki-laki penggemar *boygroup* Korea ini menampilkan bentuk maskulinitasnya di depan publik?
3. Bagaimana kaitannya bentuk maskulinitas yang ditampilkan laki-laki penggemar *boygroup* Korea dengan teori *Queer* Judith Butler?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah penulis uraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana laki-laki penggemar *boygroup* Korea memaknai maskulinitas.
2. Untuk mengetahui bagaimana laki-laki penggemar *boygroup* Korea menampilkan bentuk maskulinitasnya di depan publik.
3. Untuk mengetahui kaitan antara teori *Queer* Judith Butler dengan bentuk maskulinitas yang ditampilkan oleh laki-laki penggemar *boygroup* Korea.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah untuk menambah kajian tentang ilmu komunikasi khususnya pada kajian tentang makna yang dilakukan oleh setiap individu.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan bacaan teman-teman mahasiswa untuk menambah pengetahuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas tentang konstruksi makna yang dilakukan setiap individu.

