BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hadirnya stigma dalam lingkungan sosial menimbulkan ketidaksetaraan sosial yang tidak hanya merugikan penerimanya tetapi juga orang di sekitar penerima stigma tersebut. Stigma muncul di lingkungan sosial karena adanya perilaku individu tertentu terlihat dan dirasa berbeda dari apa yang orang lakukan pada umumnya. Umumnya stigma mengakibatkan penolakan, penyangkalan dan penyisihan dari orang sekitar, baik secara langsung maupun tidak langsung (Putri, 2024). Stigma akan selalu mengarah ke konsep gender dan istilah gender yang sering digunakan untuk mempelajari perilaku personal laki-laki dan perempuan dalam konteks sosial (Drianus, 2019). Sehingga sifat dan peran maskulin ikut terdefinisikan secara budaya. Maskulin selalu dipandang dan dipahami sebagai sebuah nilai sosial yang mengatur bagaimana laki-laki seharusnya dan yang tidak seharusnya bersikap dan berperilaku. Apabila laki-laki tidak mampu memenuhi ekspektasi maskulin secara ideal, maka akan memunculkan citra diri yang negatif (Tania, 2021).

Kemudian melalui berbagai fase membawa perubahan besar pada kehidupan antarnegara khususnya melalui kemajuan teknologi media, membuat proses penyebaran informasi secara cepat dan seragam hingga ke berbagai dunia yang berlandaskan pada budaya yang semakin dominan yaitu akal sehat. Salah satu dampak globalisasi di Indonesia, khususnya melalui kemajuan teknologi media yaitu kebangkitan K-Pop yang sangat besar. K-Pop telah menjadi fenomena globalisasi yang terjadi di Indonesia dalam bentuk interaksi budaya dengan masuknya berbagai kebudayaan Korea Selatan yang dikenal sebagai *Korean Wave* atau *Hallyu*, mendefinisikan karakter laki-laki melalui musik dan drama, *variety show*, perfilman yang telah menyebar ke banyak negara dan sangat beragam menggambarkan model maskulinitas baru seperti cenderung berpenampilan keren dan suka memakai *makeup* (Sahidan, 2023).

Performativitas Gender.., Kartika Septina Firdaus, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Budaya K-Pop populer dikarenakan memiliki sebuah ciri maskulinitas yang berbeda pada umumnya, yaitu penampilan maskulin versi idol laki-laki Korean Pop (K-Pop) merupakan suatu hal cenderung feminin yang di gambarkan oleh para *boygrup* seperti BTS, EXO, dan NCT , sering di sebut *soft masculinity* atau *K-Pop masculinity* melalui karya seni musik yang memadukan kelembutan, perhatian pada penampilan baik *fashion*, *skincare*, *makeup* dan ekspresi emosional mereka seperti menangis di hadapan publik (Bhattacharyya & Maji, 2023). Dimana popularitas K-Pop ini tidak hanya terjadi di Asia saja, tetapi juga di benua lain seperti Eropa, Amerika, dan juga Australia. Indonesia menjadi negara dengan K-Popers terbesar di Twitter pada tahun 2021. Berdasarkan laporan yang dirilis pada Rabu, 26 Januari 2022, keterangan ynag diperoleh CNN Indonesia. Selain Indonesia menjadi negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di Twitter, Indonesia juga tercatat sebagai negara yang paling banyak membicarakan K-Pop di Platform media sosial (Fatoni, 2022).

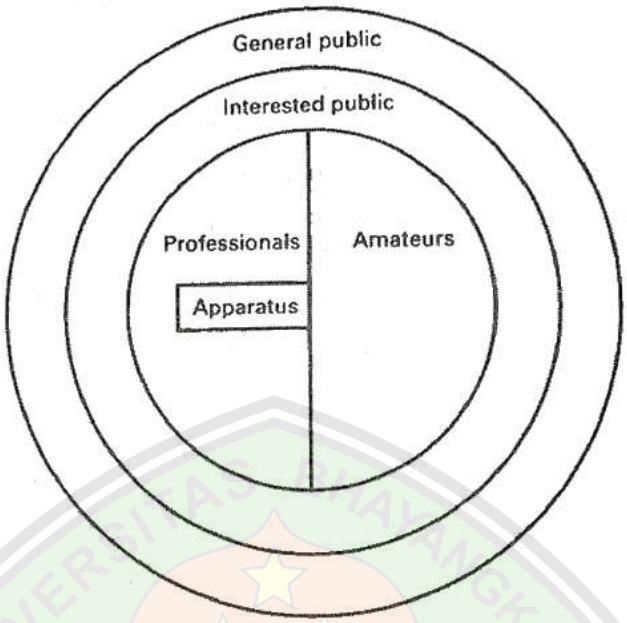
Trend K-Pop secara jelas membangun maskulinitasnya sendiri yang dihasilkan dari standar maskulinitas Korea. Hal tersebut membuat konstruksi pada konsep maskulinitas yang mengalami perkembangan, dan perubahan layaknya laki-laki ‘metroseksual’ cenderung berpenampilan keren dan sering suka berdandan (Mu’izzah et al., 2024). Memunculkan definisi maskulinitas baru, yaitu *soft* masculinity, dengan memiliki sikap lembut, penyayang dan sensitif. Dilihat juga dari segi wajah yang cantik, feminin, penggunaan *skincare* dan *makeup*, namun memiliki dada yang bidang dan perut yang *sixpack* mengarah kepada pria maskulin dengan segala atribut ke maskulinitasnya (Ummi *et al.,* 2023)

Seiring berkembangnya musik pop Korea yang menjamur di Indonesia terutama dikalangan anak muda dengan sensasi musik baru serta fashion yang menarik dan unik dari para bintang Korea membuat popularitasnya semakin berhasil menempatkan diri di pasar global, dan telah melahirkan fenomena global yang melibatkan partisipasi penggemar yang disebut K-Popers. Mark Duffet (2015) menguraikan karakteristik dasar untuk melihat fenomena penggemar, yakni para penggemar akan mendapatkan kebahagiaan atau kepuasan apabila (1) terkoneksi (*connection*) dengan para idola, (2) memiliki kemampuan (*appropriation*)

mengolah ulang atau memainkan karya idola, dan (3) dati tampilan (*performace*), misalnya memiliki banyak koleksi, berfesyen layaknya sang idola, atau koleksi barang-barang unik (Nasrullah, 2018).

Salah satu bentuk partisipasi penggemar adalah melakukan *dance cover* K-Pop dengan membuat banyaknya *event Korean Dance* yang mengadakan perlombaan *dance cover* tersebut. Biasanya para penggemar akan mencari tahu tentang komunitas-komunitas K-Pop yang berkaitan dengan minatnya, nantinya mereka akan bergabung di suatu komunitas tersebut untuk memenuhi kebutuhannya dan mencari tahu segala informasi tentang *idol* yang ia sukai dari orang-orang yang memiliki minat yang sama. Hal ini dapat membentuk identitas sosial mereka sebagai penari laki-laki K-Pop atau *fanboy* (Maylisha, 2020). Di Jakarta sendiri banyak komunitas yang berhubungan dengan K-Pop, antara lain: @official.nevel, @rxteam.Indonesia, @xcluedancer, @sevenkingdom.ofc, @officialcrowndc dan @xsquad.dc. Mereka aktif dalam mengikuti kegiatan seperti *event, gathering,* dan kompetisi-kompetisi yang berkaitan dengan K-Pop. Menurut (Santrock, 2003:231) Remaja bergabung dengan suatu kelompok dikarenakan memiliki anggapan bahwa bergabung dengan suatu kelompok atau komunitas akan menjadi hal yang sangat menyenangkan dan menarik. Sehingga dapat memenuhi kebutuhan mereka atas hubungan dekat dan kebersamaan (Maylisha, 2020).

Dance Cover K-Pop menjadi lebih mudah menyebar luas ke dalam platform media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan Youtube. Hal tersebut dikarenakan oleh partisipasi dari penggemar yang bukan hanya mengkonsumsi tetapi juga memproduksi konten di media. Aktivitas konsumsi media tidak hanya menjadi penonton, tetapi melibatkan emosi dan bertransformasi sebagai sebuah identitas dan khalayak (Nasrullah, 2018). Para penyuka terbagi menjadi dua sisi, yakni amatir dan professional, sebagaimana digambarkan berikut:



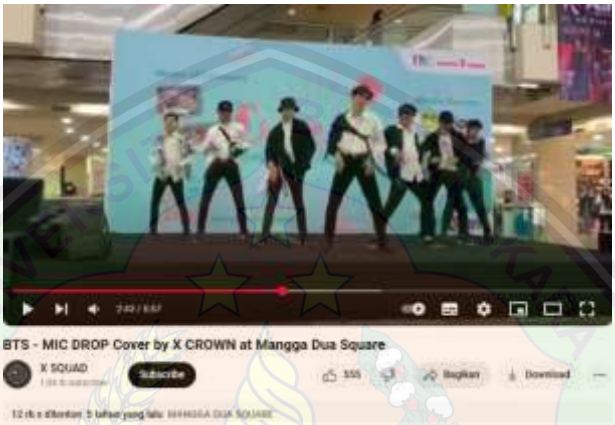
Gambar 1. 1 Model Moorhouse tentang Para Penyuka

Sumber: Nasrullah, R. [2018: 96]

Model para penyuka atau pengidola dari Moorhouse tersebut berpusat dari para penggemar. Para penyuka dalam kategori amatir pada dasarnya adalah khalayak yang tidak mendapatkan keuntungan materi langsung dari apa yang mereka idolakan. Sebagaimana dalam K-Popers bahwa penyuka merupakan penonton setia yang selalu hadir dalam setiap konser *boygrup* idola mereka, memakai seragam atau aksesoris yang menandakan kesukaan terhadap idola, mengoleksi barang-barang idola, membentuk komunitas-komunitas fans, sampai merayakan hari spesial idola mereka.

Kategori penyuka professional menurut Moorhouse, para professional adalah mereka yang menghidupi dirinya dari aktivitas pengidolaan tersebut. Artinya para penyuka tidak hanya sekadar mengonsumsi, tetapi bekerja dan mendapatkan keuntungan dari para khalayak (Nasrullah, 2018). Seperti para *fanboy* yang memiliki kemampuan untuk merepresentasikan ulang gerakan tarian dari musik K-Pop sebagai suatu bakat yang ia miliki dan akan diunggah ke beberapa platform media sosial sebagai bentuk kecintaannya terhadap dunia K-Pop atau sebagai bakat yang mereka miliki. Media sosial merupakan salah satu sarana yang berperan dalam

pencitraan maskulinitas, dengan memberikan gambaran mengenai konsep maskulinitas, salah satu medianya adalah Youtube, nantinya mereka akan mengunggah video bakat mereka di kanal Youtube yang menjadi wadah bagi mereka untuk menirukan tarian serta pakaian, aksesoris, gaya rambut yang bervariasi sesuai dengan bias mereka. Seperti yang dilakukan oleh grup *male dancer* XCROWN dalam mengcover dance *Bangtan Boys* (BTS) - MIC DROP melalui Channel Youtube-nya yang bernama XSQUAD.



Gambar 1. 2 Cuplikan Konten *Dance Cover* K-Pop

Saat tampil di atas panggung, XCROWN benar-benar mempersiapkan dengan semaksimal mungkin mulai dari *dance*, kostum, *makeup*, *accessories*, hingga mimik bibir agar terlihat sama dengan *boyband* yang mereka tirukan. Para anggota XCROWN tetap menunjukkan penampilan dance yang memuaskan di atas panggung hingga medapatkan penghargaan suara *fans* terbanyak. Dari pernyataan di atas, dapat diindikasikan bahwa media sosial memberikan kecepatan infromasi di antara komunitas penggemar, konten *fanboy* yang berkaitan dengan sang idola yang kemudian disebarkan di Youtube merupakan salah satu konten yang populer dan sebanyak 12 ribu kali dilihat penggunanya. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa para penggemar K-pop yang akrab disebut *fanboy* dan *fangirl* memiliki peran yang sangat penting karena penggemar melibatkan peran aktif, antusias dan partisipatif terhadap teks budaya. Penggemar tidak hanya sekedar menikmati media tetapi juga mengidentifikasi diri mereka dengan objek kesenangannya yang mampu mendorong kreativitas mereka dan memudahkan mereka dalam mengekspresikan

diri baik berupa produk budaya atau idola mereka. Sehingga munculah *dance cover* K-Pop yang merupakan hasil dari para konsumen K-Pop dalam memanifestasikan maknanya sendiri lewat teks budaya dan kebiasaan yang diciptakan oleh para penikmat populer ketika sedang mengkonsumsi dan menggunakan budaya populer tersebut.

Hal tersebut menuai perdebatan mengenai pemahaman maskulinitas yang berkembang di Indonesia. Dalam lingkungan masyarakat di media atau komunitas, masih ada stereotip gender berkaitan dengan profesi penari. Penari pria seringkali mengalami stigmatisasi yang mengganggu berupa anggapan bahwa dunia tari lebih cocok untuk perempuan, laki-laki tidak cocok dengan profesi penari karena laki-laki sebagai *fanboy* K-Pop ini dipandang memiliki karakteristik seperti perempuan dengan melakukan gerakan yang dianggap "lembut" atau "indah", dan tampil di atas panggung dengan posisi yang seringkali dianggap tidak pantas untuk pria. Stigmatisasi masyarakat tentang penari pria pertama kali muncul di Barat pada abad ke-19, pada era ini seseorang yang senang berhias baik laki-laki ataupun perempuan ditatap bertabiat maskulin tetapi dalam standar modern diucap feminin. Menurut Ronald F. Levant menjelaskan kalau ada sifat-sifat khas pada seorang yang dikira jantan antara lain yaitu menjauhi watak kewanitaan menghalangi marah, ambisius, mandiri, kokoh serta kasar (Levant, 1992). Keberadaan *fanboy* dinilai menggeser makna maskulinitas yang selama ini dipahami oleh masyarakat Indonesia. Selain tidak dianggap maskulin, laki-laki yang menyukai K-pop dan menjadi penari dianggap sebagai laki-laki yang menyukai sesama jenis (*gay*) dan banci yang sering kali dilontarkan dalam media sosial maupun forum diskusi internet. Hal seperti diskriminasi, ejekan, atau bahkan kekerasan verbal mengakibatkan penari laki-laki tidak percaya diri dan membuatnya merasa terpinggirkan atau tidak dihargai karena keberadaannya tidak diterima dalam masyarakat.

Stigma yang melekat pada *fanboy* ini karena adanya perbedaan budaya dalam memandang maskulinitas. Konsep maskulinitas tradisional di Indonesia cenderung membuat laki-laki enggan membicarakan dirinya sendiri terutama perasaannya. Padahal sebenarnya ruang-ruang dialog bagi laki-laki untuk mengkritisi konsep kelelakiannya sangat diperlukan untuk membuka ruang bagi laki-laki dalam

mendialogkan kecemasan-kecemasannya terhadap konsep kelelakian yang diangap membebani. Termasuk kecemasan terhadap situasi yang menuntut konsep tradisional kelelakian agar menciptakan maskulin-maskulin baru. Berbeda dengan maskulinitas dalam K-Pop yang sering dikaitkan dengan anggota *boygrup* K-Pop yang menggunakan riasan dan terlihat feminin dikenal dengan *soft masculinity* yang menggambarkan laki-laki dengan tampilan cantik seperti kulit putih, rambut halus, mengenakan *skincare* serta sikap feminin dan maskulin di satu waktu yang membuktikan bahwa Korea Selatan memiliki standarisasi tersendiri dalam mendefinisikan karakter maskulin. Seperti halnya yang ditujukan oleh *boygrup* Korea yaitu BTS. Salah satu member BTS yaitu Jin telah menjadi *Global Ambassador* produk kosmetik yang berasal dari Korea Selatan, yaitu *Laneige*. Dimana sebelumnya, *Laneige* hanya menjadikan *girlgroup* sebagai ambassador nya.

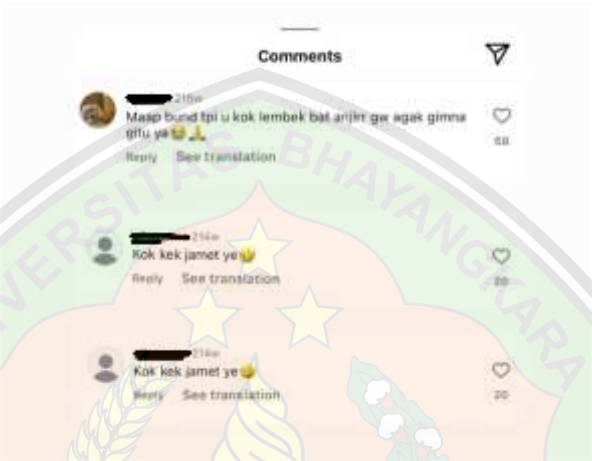


Gambar 1. 3 Jin BTS sebagai Brand Ambassador Laneige

Sementara di Indonesia, masyarakat masih banyak yang menggunakan konsep maskulinitas tradisional. Menurut Barker konsep maskulinitas ini menggambarkan laki-laki sejati sebagai laki-laki yang memiliki nilai, kekuasaan, kekuatan, ketabahan, aksi kendali dan kemandirian (Putri, 2024). Dalam kehidupan sosial, dengan tradisi maskulin yang semacam ini laki-laki dianggap gagal jika dirinya tidak maskulin.

Adanya stigma *fanboy* yang terus berlanjut ditujukan kepada laki-laki pecinta budaya ini membuat mereka sulit dalam mengekspresikan dirinya secara bebas, hal

tersebut dikarenakan adanya sanksi sosial dalam bentuk tertentu, mereka takut atas hinaan yang dilontarkan oleh lingkungan sekitar dan sebagian besar penawarnya bergantung pada strategi normalisasi. Sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Putri & Savira (2021) dalam studinya ditemukan bahwa fanboy K-Pop sulit mengekspresikan dirinya lantaran memiliki banyak pengalaman buruk, seperti *bullying* atau *hate comment*.



Gambar 1 4 Komentar Negatif NonK-Popers pada XCROWN

Stigma yang melekat pada *fanboy* menimbulkan respon dari mereka mengenai upaya dalam menghadapi stigma dan bagaimana mereka tetap mengekspresikan diri agar mereka tetap berkarya dan menyukai musik K-Pop secara bebas dan eksistensinya diakui.

Akan tetapi masyarakat terlanjur memaknai laki-laki yang menari dan menyukai K-Pop sebagai sebuah pandangan negatif (stigma) yang membuat *fanboy* menjadi kurang percaya diri, akibat dari pengalaman diskriminasinya. Banyak penari pria menggambarkan hubungan mereka dengan tari sebagai "pilihan" yang didasarkan kebetulan dan didorong oleh faktor eksternal, seperti meningkatnya variasi tarian menambah kompleksitas seseorang dalam memilih gaya seperti sub-budaya dan memperkenalkan sub-bidang, seperti hip-hop dan K-Pop yang belum menjadi pusat dalam bidang tari teater. Hal tersebut dicirikan oleh kehadiran laki-laki yang besar dan penuh pertimbangan dalam kontinum gaya yang bergender (Bassetti, 2013). Hal ini membuktikan adanya stigma yang terus berlanjut, oleh

karena itu laki-laki cenderung berada di pusat elemen struktural ketidaksetaraan gender yang secara sistematis dapat menguntungkan mereka dengan memilih untuk tidak memasuki atau meninggalkan bidang tari.

Jumlah *fanboy* yang cenderung lebih sedikit tidak membuat mereka terhambat dalam menunjukkan kecintaannya dan kreatifitasnya pada idola. Seharusnya di zaman modern ini, untuk menyukai dan melakukan hal apapun siapa saja itu bebas, asalkan tidak berlebihan dan secukupnya. Sebab, kebutuhan manusia untuk memiliki rasa ingin berkelompok dan mengagumi sesama manusia tidak ada larangan atau batasan tertentu dalam menyukai sesuatu, termasuk dunia K-Pop dan *idol boygrupnya*. *Fanboy* mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada seperti pertemuan rutin selama berada di komunitas, aktif di media sosial, serta mengikuti lomba seputar K-Pop seperti *dance cover*, sering kali merasa perlu menunjukkan identitas dan status sebagai penggemar ke publik. Hal tersebut dilakukan untuk membangun citra diri positif mereka sebagai penggemar K-Pop karena dapat mempengaruhi pemikiran dan sikap dalam kehidupan sehari-hari. Tapi di sisi lain, banyak juga penari laki-laki yang berhasil mematahkan stigma tersebut dan menunjukkan bawa menari itu adalah seni, olahraga, dan bentuk ekspresi diri yang luar biasa tanpa memandang gender.

Studi ingin melihat fenomena *fanboy* K-Pop dengan berfokus pada isu stigma penari pria yang difokuskan pada pengalaman sosial yang dialami oleh *fanboy* serta dibutuhkan strategi dari para *fanboy* untuk menegosiasikan stigma yang ada di masyarakat. Strategi merupakan sebuah tindakan, ide atau gagasan, perencanaan dan aktivitas yang dilakukan secara terus menerus sehingga mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dalam konteks ini, para f*anboy* membutuhkan strategi untuk menghadapi stigma yang sudah melekat pada dirinya berdasarkan pengalaman pribadi, sebagai bentuk pembelaan diri, agar mereka tetap dapat mempertahankan eksistensinya sebagai *fanboy* K-Pop.

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti mengkaji apa saja bentuk stigma yang dialami oleh *fanboy* K-Pop, bagaimana para *fanboy* K-pop membentuk identitas mereka dan menegosiasikan stigma yang ada di masyarakat berdasarkan pengalaman pribadi agar eksistensinya tetap diterima. Selain itu penelitian ini

diharapkan dapat mencegah *bullying* terhadap penari laki-laki yang menyukai K-Pop dan menjadikan fenomena ini sebagai ruang kreatif yang dilakukan oleh para penggemar. Adanya konstruksi sosial berupa stereotip gender memberikan pengalaman yang khas bagi para *fanboy*-nya.

1.2 Fokus Penelitian

Peneitian ini melihat bagaimana gender bukan suatu hal yang melekat sejak lahir, tetapi dibentuk melalui Tindakan-tindakan berulang seperti gaya tubuh, gerakan tari, ekspresi dan pilihan penampilan dalam konteks budaya K-Pop. Penelitian ini berfokus pada penari laki-laki *dance cover* K-Pop memperformakan identitas gender mereka sebagai bentuk perlawanan terhadap stigma maskulinitasnya yang dilakukan oleh nonK-Popers.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian tentang stigma terhadap penari pria dalam tarian cover K-pop. Maka rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penari laki-laki *dance cover* K-Pop XCROWN menghadapi stigma dalam bentuk komentar di media sosial?
2. Bagaimana penari laki-laki *dance cover* K-Pop XCROWN melakukan performativitas di media sosial?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada pernyataan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa *dance cover* K-Pop berfungsi sebagai saluran kreatif bagi para penari laki-laki sebagai bentuk panutan positif dari bentuk maskulinitas baru yaitu *soft masculinity* yang memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri dalam bentuk karya dan berdampak kepada kepercayaan diri, perasaan penerimaan diri di lingkungan serta dukungan masyarakat sangat penting untuk menumbuhkan lingkungan yang inklusif di mana penari pria dapat berkembang tanpa takut dihakimi.

1.5 Manfaat Penelitian

Ada dua manfaat penelitian, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, studi budaya popular, dan kajian gender, khususnya dalam konteks pemahaman tentang stigma sosial, pengayaan teori representasi diri dan identitas di media sosial, dan kajian budaya K-Pop dari sudut pandang gender. Selain itu, kedepannya diharapkan membantu memberikan gambaran bagaimana stereotip yang ada di masyarakat dapat membatasi para *fanboy* K-pop dalam menuangkan kreativitasnya masing-masing.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi masyarakat penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan bagi masyarakat umun agar lebih memahami dan menghargai ekspresi seni dan keberagaman gender, khususnya dalam budaya popular. Dengan begitu, diharapkan bagi masyarakat sebagi pengguna media sosial memiliki pemahaman bahwa komentar dan perilaku online negatif akan berdampak pada mental dan identitas seseorang.

Bagi penari laki-laki yang ingin mengembangkan identitas diri di media sosial tanpa takut terhadap stigma sosial, bisa menjadi referensi untuk mempertahankan eksistensinya sebagai kaum minoritas. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan yang berkaitan dengan isu stigma yang berkembang di masyarakat.