

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berbicara tentang maskulinitas sama halnya dengan berbicara feminitas. Maskulinitas adalah sebuah bentuk konstruksi dari kebudayaan di masyarakat yang melekat pada laki-laki dan feminitas melekat pada perempuan. Keduanya ini mempunyai sifat yang saling bertentangan. Hal ini sangat berbeda dengan seks, yang merupakan kondisi biologis sejak lahir. Laki-laki tidak dilahirkan begitu saja dengan maskulinnya secara alami, karena hal yang menentukan sifat laki-laki dan perempuan adalah kebudayaan (Barker, 2007). Secara umum, maskulinitas tradisional menjunjung tinggi nilai-nilai, seperti kekuatan, kemandirian, kekuasaan, kerja keras, aksi, kendali, dan lain sebagainya.

Begitu seorang anak laki-laki lahir, ia membawa serta berbagai norma, kewajiban, dan banyak harapan keluarga. Aturan dan atribut budaya yang berbeda telah diterima melalui berbagai cara, mulai dari ritual adat, teks agama, pola asuh, jenis permainan, nasihat hidup hingga filosofi hidup. Selama beberapa dekade, proses sosial sehari-hari berdasarkan norma budaya patriarki membentuk citra diri yang seragam dari sosok laki-laki dalam kehidupan publik. Kondisi ini tampak pada hal-hal sederhana dalam kehidupan pria, seperti pakaian dan penampilan, bentuk pilihan aktif, jenis pacaran, jenis penyelesaian masalah, bentuk ekspresi verbal dan nonverbal, hingga pilihan aksesoris tubuh yang digunakan. Pemahaman diri ini diwariskan secara turun-temurun melalui mekanisme pewarisan budaya hingga menjadi “kewajiban” yang harus dipenuhi jika ingin menjadi manusia seutuhnya (Kurniawan, 2011).

Pada setiap budaya di Indonesia tentunya memiliki standar maskulinitas tersendiri yang sangat tergantung konteks. Semakin banyak syarat kedewasaan yang dapat dipenuhi oleh seorang laki-laki, maka semakin sempurna derajatnya di mata masyarakat, terutama orang-orang di lingkungan sekitarnya. Hal ini secara otomatis menjadikannya sebagai simbol dan panutan maskulin yang sempurna bagi laki-laki lain yang masih dapat mencari identitas dalam maskulinitasnya. Namun masyarakat tidak akan mentolerir laki-laki yang tidak bisa atau tidak mau menyesuaikan diri dengan standar normatif maskulinitas dan peran gender yang diharapkan oleh kebanyakan orang. Laki-laki tipe ini pasti membawa stigma negatif dan akan menjadi bahan pergunjungan. Hal ini tentu saja menciptakan hegemoni citra laki-laki di dunia orang dewasa (Kurniawan, 2011).

Jenis maskulinitas yang paling umum dan dominan dalam masyarakat patriarki adalah

maskulinitas hegemoni (*hegemonic masculinity*). Maskulinitas jenis ini ditandai dengan penguasaan sumber daya ekonomi seperti pekerjaan dan kuatnya penguasaan laki-laki terhadap perempuan, terutama di ranah domestik, sebagai bagian dari pembentukan identitas laki-laki. Laki-laki kelas sosial ekonomi tinggi memiliki sarana yang lebih fleksibel untuk mencapai identitas maskulin tertinggi melalui pekerjaan, dan laki-laki kelas ekonomi rendah mengalami kesulitan untuk memenuhi berbagai karakteristik dan identitas maskulin. Dan memang tidak semua laki-laki mampu memenuhi berbagai peran sosial dan kondisi maskulinitas yang terkesan superior, yang bisa memenuhi apapun dalam keluarga (Kurniawan, 2011).

Maskulinitas di dalam setiap kebudayaan berbeda-beda karena adanya pengaruh latar belakang dan kondisi dari masing-masing masyarakat. Seperti belakangan ini terdapat fenomena mengenai Pemaknaan maskulinitas yang cukup berbeda dan menarik, yaitu maskulinitas yang ditampilkan oleh para *boyband* Korea Selatan. Maskulinitas yang disuguhkan oleh para *boyband* Korea Selatan ini tidak hanya terpaku pada nilai-nilai maskulinitas normatif yang ada, melainkan gabungan antara beberapa bentuk maskulinitas, seperti yang dapat dilihat dari *performance* mereka di panggung, aksi mereka di *reality show* di televisi. Laki-laki pada *boyband* Korea acap kali menunjukkan maskulinitas lain yang berbeda dengan maskulinitas yang selama ini dipegang oleh masyarakat global. Kadang kala mereka menampilkan citra yang *feminine* dengan menarikan tarian *girlband* Korea atau bertingkah imut seperti anak kecil dengan melakukan *aegyo*. Secara fisik pun mereka mempunyai standar yang berbeda, yaitu mengusung *pretty face* dengan aspek *feminine*, tetapi juga mempunyai badan yang tinggi besar dan berotot serta sangat memperhatikan penampilan mereka. Apalagi soal fesyen, fesyen adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Seiring berjalannya waktu gaya hidup pun ikut menunjukkan dan menentukan status sosial dan pekerjaan dari seorang individu. Fesyen tidak hanya berkaitan dengan gaya dalam berpakaian saja, akan tetapi berhubungan juga dengan gaya aksesoris, kosmetik, gaya rambut, dan lain-lain yang dapat menunjang penampilan seseorang. Belakangan ini banyak sekali orang-orang yang mengikuti *trend* apapun yang *boyband* atau *girlband Kpop* lakukan, yang salah satunya adalah gaya berpakaian atau fesyen yang dikenakan oleh *boyband* atau *girlband* itu sendiri. Banyak juga penggemar yang tertarik untuk mengikuti *trend* pakaian ala *K-pop idol*. Fesyen atau gaya pakaian sangat penting bagi masyarakat saat ini sebagai eksistensi mereka. Banyak orang berlomba-lomba mengikuti tren fesyen agar tetap kekinian. Banyak orang percaya bahwa gaya berpakaian saat ini menjadi acuan untuk menentukan identitas, seperti jenis pekerjaan, kelas sosial, bahkan identitas gender (Nastiti,

2018).

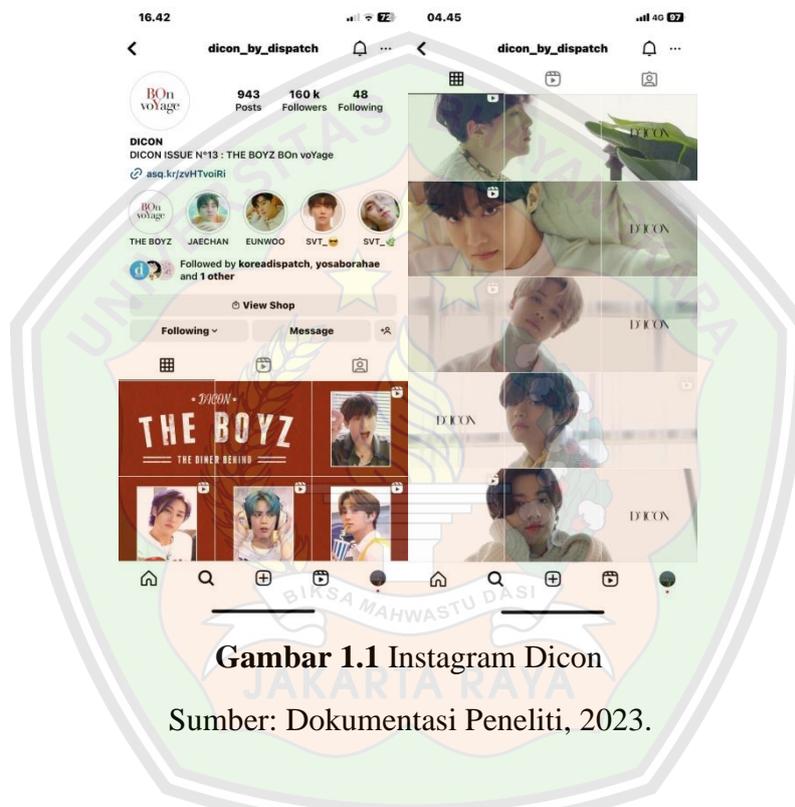
Budaya populer Korea termasuk yang menjadi salah satu perdebatan mengenai penampilan laki-laki dan penggambaran laki-laki melalui program atau acara yang disajikan. Sebagai bentuk dominan dari budaya populer Asia Timur, budaya populer Korea telah membuat kontribusi yang signifikan terkait mendefinisikan ulang mengenai konsep maskulinitas di seluruh kawasan Asia. Maskulinitas tersebut sering dikenal sebagai *soft masculinity*. Salah satu yang menjadi kontroversi adalah bagaimana *hallyu* mendefinisikan ulang karakter untuk laki-laki melalui media sosial, musik dan drama TV yang menyajikan model maskulinitas baru (Ainslie, 2017).

Informasi tentang laki-laki maskulin tersedia di seluruh media arus utama. Media massa merupakan salah satu media yang digunakan dalam kasus ini untuk memainkan peran dalam citra maskulinitas individu atau kolektif. Perkembangan media informasi saat ini berkembang sangat pesat, sehingga dapat mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Media massa menjadi sistem komunikasi yang semakin penting dalam kehidupan masyarakat menyebarkan informasi secara kreatif dan inovatif. Dalam hal ini, media dapat berbentuk komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang, seperti intra personal, antar personal, *group*, *intercultural* dan *mass communication*. Komunikasi adalah proses di mana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas dan terus menerus, menciptakan makna dan harapan yang dapat mempengaruhi audiens yang besar dan beragam dalam berbagai cara.

Komunikasi massa adalah jaringan yang menghubungkan banyak penerima ke satu sumber, sementara teknologi media baru biasanya menyediakan berbagai koneksi interaktif. Komunikasi massa mempengaruhi konteks sosial dan media sosial. Dengan kata lain, ada hubungan transaksional antara media dan masyarakat. Media massa memiliki peran strategis sebagai saluran yang menyampaikan informasi kepada masyarakat, termasuk informasi tentang representasi maskulinitas yang telah diedarkan oleh pihak- pihak tertentu di berbagai media. Pemahaman maskulinitas dalam masyarakat juga dibentuk oleh media yang terus-menerus memproyeksikan peran gender yang stereotip. Melalui informasi media massa, kita juga dapat mengetahui budaya bangsa lain dan pentingnya gender orang dari budaya lain yang lebih terbuka dan mengambil posisi yang sama dalam pembahasan tentang maskulinitas (Wati, 2019).

Seiring berjalannya waktu, media massa dapat melahirkan banyak media baru, termasuk media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, dan Instagram. Instagram secara umum dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone di

mana pengguna dapat mengunggah foto atau video, yang kemudian dibagikan untuk ditampilkan di beranda pengguna lain menjadi pengikut. Sistem pertemanan Instagram menggunakan istilah *following* dan *followers*. Mengikuti berarti Anda mengikuti pengguna tersebut, sedangkan pengikut berarti pengguna lain mengikuti Anda. Selain itu, setiap pengguna dapat berinteraksi dengan berkomentar dan menyukai foto yang dibagikan. Instagram awalnya dikembangkan oleh startup bernama Burbn, Inc yang dipimpin oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya, Instagram berhasil membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut, siap membelinya seharga \$1 miliar, pengambilalihan terjadi pada April 2012 (Indriani, 2017).



Gambar 1.1 Instagram Dicon

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023.

Instagram sebagai media sosial telah digunakan oleh berbagai kalangan, salah satunya juga untuk membangun citra maskulinitas. Masalah maskulinitas tersebut saat ini secara tidak langsung terlihat di Instagram seringkali menghadirkan karakter laki-laki yang tidak segan-segan menunjukkan sisi feminimnya termasuk akun media *entertainment* Korea salah satunya adalah @dicon_by_dispatch. Akun @dicon_by_dispatch adalah semacam akun *subunit* dari akun Instagram @koreadispatch, akun @dicon_by_dispatch cenderung memposting konten-konten dari *project* DICON yang berisi *photo shoot* para *boyband* dan *girlband* Korea dan ditujukan untuk menjual konten-konten kepada penggemar *idol* Korea. Sedangkan akun @koreadispatch merupakan sebuah akun media *entertainment* terbesar di Korea yang sangat dikenal sering menjadi pihak belakang terbongkarnya gosip-gosip *idol* Korea, terutama terkait

hubungan romansa mereka. Sisi maskulin dunia K-Pop memang identik dengan tampilan tubuh yang ramping, tinggi, putih trendi, dan fesyen yang unik, namun tak lepas dari sisi lembut yang sering ditampilkan para member BTS di foto-foto Instagram tersebut. Hal ini tentu saja tidak sejalan dengan gambaran konsep laki-laki. Masyarakat memiliki peran dalam mengonstruksi pola tingkah laku dan ciri fisik yang diharapkan dari laki-laki dan perempuan. Konstruksi tersebut menunjukkan bagaimana gender dibangun oleh budaya dan tidak terjadi secara alamiah. Gagasan ini selaras dengan Feasey (2008:3) yang berargumentasi bahwa “menjadi laki-laki berarti tidak menjadi perempuan”. Khususnya di Indonesia. Sementara itu, konsep maskulinitas di Indonesia masih bergerak pada level laki-laki dengan semangat juang yang tinggi, petualang, dominan, kuat, mandiri, percaya diri, sederhana dan macho.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang akan peneliti fokuskan adalah menganalisis bagaimana mahasiswa laki-laki memaknai maskulinitas *boyband* Korea melalui fesyennya yang ada pada akun instagram @dicon_by_dispatch.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana pemaknaan mahasiswa laki-laki terhadap maskulinitas pada fesyen *boyband* Korea BTS dalam postingan yang diunggah melalui akun Instagram @dicon_by_dispatch?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan topik permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengklasifikasikan pemaknaan yang muncul di kalangan mahasiswa laki-laki mengenai maskulinitas *boyband* Korea yaitu penampakan fisik yang salah satunya seperti fesyen.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat yang terkandung dalam penelitian ini diharapkan penelitian ini dapat memberikan cara pandang serta pemahaman baru tentang pengetahuan maskulinitas, baik secara praktis maupun akademis.

1.5.1. Kegunaan Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu komunikasi terlebih lagi dengan kajian pemaknaan (*reception theory*).

1.5.2. Kegunaan Praktis

- Humas/ PR Artis

Diharapkan penelitian membantu dalam mengukur dan memahami reputasi citra artis di mata publik. Dengan memahami bagaimana artis dipandang oleh publik.

- Manajemen Artis

Diharapkan informasi yang diperoleh melalui penelitian ini membantu manajemen artis dalam merancang strategi untuk mengelola citra dan kepribadian artis. Hal ini melibatkan pemilihan kegiatan, pengelolaan media sosial, dan interaksi publik secara umum.

- Pengelola Sosial Media Artis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu pengelola sosial media untuk memahami secara lebih mendalam siapa target audiens artis tersebut. Informasi ini memungkinkan mereka untuk membuat konten yang lebih relevan dan menarik bagi pengikut serta dapat membantu dalam memilih *platform* yang paling efektif untuk artis tersebut yang paling sesuai dengan target audiens.

- Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat mengubah stereotip negatif mengenai maskulinitas dan menumbuhkan pandangan baru di kalangan mahasiswa terhadap budaya fesyen boyband Korea dan bagaimana maskulinitas terbentuk. Serta berharap informasi yang dituliskan dalam penelitian ini dapat diterima dan tersampaikan dengan baik.