

## BAB II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan tiga buah penelitian terdahulu, yaitu berupa tiga jurnal. Ketiga penelitian terdahulu tersebut memiliki kesamaan baik dari segi konsep, teori hingga metode. Dari segi teori dan konsep, mayoritas penelitian menggunakan konsep maskulinitas. Kemudian dari segi metodologi, dua dari tiga penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif - deskriptif dan bermetode fenomenologi seperti yang digunakan dalam penelitian ini. Topik ketiganya mengarah pada hal yang serupa, yaitu seputar maskulinitas dan perbedaan budaya.

Penelitian pertama merupakan jurnal komunikasi berjudul *Konstruksi Sosial Soft Masculinity Dalam Budaya Pop Korea* yang dipublikasikan pada bulan april 2021. Jurnal ini bertujuan untuk menguak konstruksi *soft masculinity* pada budaya pop Korea yang diterima oleh generasi Y. Fokus penelitian ini adalah melihat dialektika makna maskulinitas akibat konstruksi *soft masculinity* yang dipersepsikan oleh generasi Y melalui konsumsi budaya pop Korea. Peneliti menggunakan metode fenomenologi dengan mewawancarai 8 orang narasumber. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif - deskriptif.

Dalam penelitian dikatakan bahwa terdapat *soft masculinity* pada budaya pop Korea yang bertentangan dengan hegemoni maskulinitas di Indonesia. Hasil penelitian pertama menunjukkan bahwa para informan menerima konsep *soft masculinity* melalui proses konstruksi sosial yang terdapat pada budaya pop Korea di media massa. Dalam prosesnya, terjadi eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi. Proses eksternalisasi berupa adaptasi dengan konsep gender terjadi melalui konsumsi media. Objektivikasi karakteristik *soft masculinity* terjadi ketika informan melakukan interaksi dengan lingkungan sekitarnya dan nilai budaya lokal. Internalisasi konsep *soft masculinity* berupa penerimaan nilai maskulinitas baru dan

dijadikan sebagai pemahaman baru dalam memandang konsep maskulinitas. Hasil penelitian ini memperkuat asumsi bahwa media sebagai agen budaya memiliki peran penting dalam melakukan konstruksi sosial nilai-nilai maskulinitas baru. Substansi penelitian ini memberikan kontribusi berupa rekomendasi terkait maskulinitas yang terbentuk sebagai hasil konstruksi sosial oleh media, dan dijadikan sebagai perspektif baru dalam memandang konsep gender di masyarakat.

Penelitian kedua adalah jurnal yang milik Raden Ayu Wulantari dengan judul *Konstruksi dan Reproduksi Maskulinitas Kelompok Muda Urban Kelas Menengah (Studi Fenomenologi di Antara Penonton Drama Korea Selatan)*, yang dipublikasikan pada Oktober 2017 dalam *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Jurnal ini berfokus pada masalah konstruksi maskulinitas yang ada pada penonton drama Korea dan bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana laki-laki Indonesia, berdasarkan pengalaman keseharian mereka, memaknai fenomena maskulinitas yang direpresentasikan dalam serial drama Korea Selatan. Penelitian ini menggunakan teori Representasi Sosial dan konsep maskulinitas sebagai landasannya.

Peneliti dari Penelitian dua, Raden Ayu, menggunakan drama Korea sebagai faktor konstruksi maskulinitas pada *audience*-nya, terutama para laki-laki. Peneliti dari penelitian kedua beranggapan bahwa perlu adanya penelitian mengenai maskulinitas di Indonesia berdasarkan asumsi bahwa laki-laki Indonesia memiliki pengalaman keseharian yang berbeda dalam melihat fenomena maskulinitas yang terjadi di Asia melalui serial drama Korea Selatan. Ayu selaku peneliti berharap bahwa penelitiannya dapat memberikan ragam pandangan kepada masyarakat terkait esensi dari pengalaman laki-laki Indonesia dalam menanggapi fenomena maskulinitas.

Menggunakan teori representasi sosial, penelitian kedua menemukan bahwa laki-laki Indonesia mulai memiliki pandangan baru terkait gender dan status sebagai laki-laki. Laki-laki ini juga cenderung menghargai perempuan dan menerima serta mengakui pandangan gender modern. Akan tetapi dibandingkan angka laki-laki

tersebut, angka laki-laki yang berpegang kuat pada maskulinitas tradisional masih jauh lebih besar. Laki-laki ini menganggap bahwa memang peran perempuan untuk mengurus rumah tangga sementara para lelaki pergi mencari nafkah (Wulantari, 2017).

Penelitian ketiga adalah jurnal yang ditulis oleh Debora Ria Sanadi dengan judul *Komunikasi Interpersonal pada Keluarga Beda Budaya*. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi antar budaya, komunikasi keluarga dan komunikasi interpersonal guna mendeskripsikan bagaimana pasangan beda budaya (Papua-Jawa) dalam meminimalisir kemungkinan terjadinya konflik karena perbedaan budaya dalam pernikahan. Melalui wawancara dan observasi, penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam mengatasi perbedaan budaya, komunikasi adalah kunci. Dalam dunia pernikahan yang bersifat jangka panjang dan penuh komitmen, komunikasi verbal dan pemahaman yang tinggi atas budaya pasangan yang berbeda dengan budaya asli individu menjadi hal penting yang menjadi dasar penanganan konflik akibat budaya.

**Tabel 2. 1 Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu**

<b>Aspek</b>	<b>Penelitian 1 Jurnal</b>	<b>Penelitian 2 Jurnal</b>	<b>Penelitian 3 Jurnal</b>
<b>Nama Peneliti</b>	Eka Perwitasari Fauzi	Raden Ayu Wulantari	Debora Ria Sanadi
<b>Judul Penelitian</b>	Konstruksi Sosial <i>Soft Masculinity</i> dalam Budaya Pop Korea	Konstruksi dan Reproduksi Maskulinitas Kelompok Muda Urban Kelas Menengah (Studi Fenomenologi di Antara Penonton Drama Korea Selatan)	Komunikasi Interpersonal pada keluarga Beda Budaya
<b>Masalah</b>	Bagaimana proses	Bagaimana laki-laki	Bagaimana

<b>dan Tujuan</b>	pergeseran makna dari maskulinitas sebagai hasil interaksi sosial masyarakat dan teknologi media baru	Indonesia berdasarkan pengalaman keseharian mereka memaknai fenomena maskulinitas yang direpresentasikan dalam serial drama Korea Selatan	pasangan beda budaya (Papua-Jawa) mengelola komunikasi antar budaya dalam pernikahan guna meminimalisir terjadinya konflik.
<b>Teori dan Konsep</b>	Konsep <i>Soft Masculinity</i> , teori Konstruksi Sosial Realitas	Teori Representasi Sosial dan Konsep Maskulinitas	Konsep Komunikasi Antar Budaya, Konsep Komunikasi Interpersonal dan Konsep Komunikasi Keluarga
<b>Metodologi</b>	<p>Penelitian fenomenologi, Kualitatif Paradigma Konstruktivis</p> <p>Metode analisis : reduksi data Miles, Huberman dan Saldana</p> <p>Pengambilan data : Wawancara mendalam</p>	<p>Paradigma Konstruktivis. Penelitian Kualitatif deskriptif, metode Fenomenologi.</p> <p>Pengambilan data : Wawancara mendalam</p> <p>Teknik analisis : Coding dan Analisis naratif</p>	<p>Penelitian Analisis Deskripsi Kualitatif.</p> <p>Pengambilan data: Wawancara dan observasi</p> <p>Teknik sampling: <i>Purposive sampling</i></p>
<b>Hasil Penelitian</b>	Budaya pop Korea masuk melalui konten buatan pengguna ( <i>user generated content</i> ). Para subjek mengalami proses dialektika dimana <i>soft masculinity</i> yang mereka konsumsi pada	Ketiga narasumber terbagi menjadi 3 tipe maskulinitas : Tradisional (laki-laki kuat, dominan, emosi ditahan), Ideal (kuat, tapi tetap boleh menunjukkan emosi), dan Laki-laki Baru (lebih	Terdapat kesepakatan yang terbangun atas dasar komitmen untuk meminimalisir konflik melalui komunikasi verbal. Selain itu faktor saling memahami juga membantu

	konten tersebut menggeser makna maskulinitas hegemoni mereka dengan unsur dari budaya baru melalui proses dialektika.	bebas berekspresi dan berempati, lebih memandang kebebasan laki-laki sebagai manusia biasa)	mengatasi perbedaan budaya yang ada dalam pernikahan.
<b>Kesimpulan</b>	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi generasi Y sebagai digital natives, terhadap konsep maskulinitas mengalami pergeseran makna. Pemaknaan baru tersebut diproduksi melalui tiga momen dialektika, yaitu: Eksternalisasi, obyektivitas, dan internalisasi.	Maskulinitas dibentuk dari pengalaman hidup masing masing individu, mulai dari keluarga hingga lingkungan sosial. Dulu, laki-laki diharuskan memiliki 'kriteria' tertentu (Tradisional), tetapi sekarang, laki-laki lebih memiliki kebebasan dan konsep maskulinitas di mata laki-laki sendiri sudah banyak berubah (Laki-laki Baru)	Perbedaan budaya dapat menyebabkan konflik, terutama ketika berhubungan dengan komitmen pernikahan. Maka dari itu, komunikasi dan rasa saling memahami harus bisa dibina dengan baik guna meminimalisir terjadinya konflik.
<b>Keterangan Jurnal</b>	Jurnal Komunikasi, volume 19, no 1, hal 127-144 1 April 2021	Jurnal Komunikasi Indonesia, volume 1 no 2, hal 53-66. Oktober 2017	Jurnal THE MESSENGER, volume 6 no 1, hal 29-33. Januari 2014

Sumber: Data Olahan Penulis, 2022

Penelitian pertama mengulik proses internalisasi *soft masculinity* melalui budaya pop Korea pada generasi Y. Melalui 8 narasumber, penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumsi budaya pop Korea secara terus-menerus membuat terjadinya pergeseran makna maskulinitas. Akan tetapi, penelitian ini tidak menjawab maskulinitas hegemoni yang pada mulanya ada pada narasumber dan langsung membahas penentangan narasumber akan maskulinitas hegemoni secara

umum. Penelitian kedua membahas mengenai pemaknaan maskulinitas pada narasumbernya yang adalah konsumen drama Korea. Pada penelitian ini, terdapat 3 narasumber yang kemudian disimpulkan kedalam 3 jenis maskulinitas yang ada di masyarakat. Penelitian ini menjadi terbatas pada persepsi 3 narasumber dalam mewakili karakteristik maskulinitas yang ada, sehingga terdapat keterbatasan pada hasil yang diberikan. Penelitian kedua ini memberikan hasil yang serupa dengan penelitian pertama, yaitu terdapat perubahan makna maskulinitas pada generasi saat ini. Penelitian 3 berfokus pada perbedaan 2 budaya yang dihadapi oleh pasangan suami-istri Jawa dan Papua, dan bagaimana mereka mengatasi kemungkinan konflik dalam pernikahan akibat hal tersebut. Penelitian 3 tidak menjelaskan apakah terdapat adaptasi atau perubahan akibat bertemunya kedua budaya yang berbeda dalam status pernikahan.

Penelitian ini menggunakan konsep budaya maskulinitas dan perbedaan budaya yang digunakan pada penelitian-penelitian terdahulu. Beberapa penelitian terdahulu juga menggunakan metodologi yang sama, yaitu paradigma konstruktivisme dengan metode fenomenologi dan pendekatan kualitatif berjenis deskriptif. Penelitian ini meneliti fenomena pertemuan budaya yang berbeda dari sudut pandang individu yang mengalaminya, yaitu remaja laki-laki penggemar budaya Korea dan Kpop, melanjutkan temuan dari penelitian 1 dan 2. Dengan menggunakan metode dan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini melanjutkan penelitian mengenai budaya maskulinitas. Kebaruan yang diberikan oleh penelitian ini adalah terkait pemaknaan pengalaman remaja laki-laki dalam menghadapi proses pertemuan 2 budaya yang berbeda, termasuk penolakan dan penerimaan yang terjadi di dalam dan luar diri dan bagaimana proses perubahan yang terjadi. Selain itu, penelitian ini berusaha mendefinisikan konsep maskulinitas baru yang dipersepsikan dalam diri remaja laki-laki penyuka budaya Korea di Indonesia yang merupakan gabungan antara nilai maskulinitas hegemoni di Indonesia dengan *soft masculinity* dari konten hiburan Korea Selatan. Penelitian ini akan melihat bagaimana perspektif remaja laki-laki terhadap perbedaan makna maskulinitas dari Indonesia dan Korea yang cukup berbeda.

## **2.2 Kerangka Teori dan Konsep**

Penelitian ini mengutamakan konsep-konsep komunikasi antar budaya sebagai dasar dalam melakukan penelitian. Konsep yang digunakan adalah sebagai berikut.

### **2.2.1 Komunikasi Antar Budaya**

Straubhar dan La Rose (2002) dalam Nasrullah (2018) mencatat adanya perubahan terminologi media yang berkaitan dengan teknologi, cakupan area, produksi massal, distribusi massal, dan efek yang ditimbulkan. Penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan luas melalui perkembangan teknologi yang didukung dalam berbagai wujud seperti buku, majalah, audio visual, dan sebagainya. Perkembangan ini menjadi alasan kuat untuk mendalami konsep komunikasi antar budaya (Nasrullah, 2018). Proses interaksi antar manusia yang dimediasi oleh media dalam teknologi mampu menjangkau lapisan masyarakat manapun dan dari belahan bumi manapun. Melalui konten yang ada di internet sebagai bentuk perkembangan teknologi baru, budaya dari berbagai belahan dunia tersebar dan terekspresikan (Nasrullah, 2018). Hal ini memungkinkan terjadinya proses komunikasi dan interaksi antar budaya yang berbeda.

Jalaluddin Rakhmat (1994) dalam Nasrullah (2018) menegaskan bahwa persepsi interpersonal dan konsep diri merupakan satu dari beberapa faktor yang memengaruhi individu dalam membentuk kesadaran diri dalam realitas sosial budaya. Persepsi interpersonal adalah pemberian makna terhadap stimuli indrawi yang berasal dari sender atau komunikan, yang berupa pesan verbal ataupun non verbal. Kecermatan dalam persepsi interpersonal akan menentukan hasil dari komunikasi yang terjadi. (Nasrullah, 2018) Konsep diri merupakan gambaran dan perasaan individu atas diri individu yang tentunya direfleksikan dalam proses komunikasi. Kedua faktor tersebut memberikan makna akan bagaimana manusia dapat memilih secara sadar untuk menilai realitas yang dihadapi ketika berkomunikasi dengan individu atau masyarakat lain. Menurut Martin dan Nakayama (1997) dalam Nasrullah (2018), hal tersebut merupakan bentuk

kesadaran diri akan identitas budaya maupun latar belakang di mana punpun suatu individu berada.

Martin dan Nakayama (1997) dalam Nasrullah (2018) mengutip Peter Adler mengenai bagaimana pada dasarnya komunikasi antar budaya adalah proses yang membawa individu untuk mempelajari budaya dan realitas yang berbeda yang pada akhirnya, proses tersebut akan kembali pada budaya asli individu itu sendiri. Proses interaksi ini memungkinkan individu untuk mempelajari latar belakang budayanya sendiri, dan dalam upaya menemukan kesamaan dan perbedaan dari budaya asli dengan budaya dan realitas yang lain dari berbagai belahan dunia.

### **2.2.2 Budaya dan Perubahan Budaya**

Menurut wujudnya, budaya terdiri atas wujud sistem budaya, wujud sistem sosial, dan kebudayaan fisik (Gandasari, et al., 2021). Wujud sistem budaya merupakan sifat abstrak dan tak terlihat seperti ide, norma, nilai, konsep, peraturan, dan lain sebagainya yang bersifat mengatur kehidupan kebudayaan (Gandasari, et al., 2021, p. 14). Wujud sistem sosial merupakan wujud interaksi sosial masyarakat yang terkandung dalam budaya yang mengikuti pola dan kebiasaan tertentu, seperti budaya gotong-royong dalam masyarakat Indonesia (Gandasari, et al., 2021, p. 14). Kebudayaan fisik merupakan hasil dari interaksi budaya dalam masyarakat yang menciptakan benda fisik guna memenuhi tujuan tertentu, seperti karya kebudayaan, alat musik tradisional, pakaian tradisional, dan peninggalan sejarah. (Gandasari, et al., 2021, p. 14).

Budaya adalah sistem kepercayaan dan nilai bersama yang dipelajari dan diwariskan, yang terdiri atas nilai-nilai kepercayaan, norma, simbol, dan ideologi yang membentuk cara hidup dalam suatu masyarakat (Gandasari, et al., 2021). Trompenaas dan Turner (1998) dalam Gandasari (2021) mengemukakan bahwa budaya merupakan hasil buatan manusia yang menciptakan konteks yang bermakna bagi orang-orang untuk bertemu, berpikir tentang diri mereka sendiri, dan menghadapi dunia. Budaya memiliki resiliensi terhadap perubahan, akan tetapi tetap dapat berubah secara bertahap. Individu disosialisasikan terhadap budaya



tertentu dan individualitas mereka diasosiasikan terhadap keseluruhan budaya tersebut. Tiap individu membawa budaya yang dipelajari di lingkungan sosial dan keluarga sejak ia kecil, yang tercermin dalam cara pikir, pandang dan respon perilaku terhadap dunia luar. Maka dari itu, seiring bertambahnya interaksi individu dengan hal-hal di luar budayanya, semakin besar kemungkinan budaya yang ia anut untuk berkembang dari wujud aslinya. Budaya ini bisa berubah, hilang, atau sekedar berkembang dalam diri individu.

Eva (2021) mengemukakan bahwa terdapat pola dalam perubahan budaya. Pola pertama adalah evolusi, di mana manusia mengalami pemikiran yang berubah-ubah. Evolusi berjalan seiring dengan berkembangnya teknologi, dan semakin besar kendali individu atas kehidupannya melalui teknologi baru, semakin banyak perubahan yang terjadi (Eva, 2021). Pola kedua adalah difusi, yaitu penyebaran unsur-unsur atau ciri-ciri suatu kebudayaan ke kebudayaan lain. Difusi erat kaitannya dengan pola ketiga, akulturasi. Akulturasi adalah terjadinya pengaruh dua arah pada satu kebudayaan ke kebudayaan yang lainnya, yang menyebabkan terjadinya perubahan (Eva, 2021). Difusi dapat dikatakan sebagai bagian dari akulturasi di mana budaya yang tersebar mendapat respon dari budaya yang menerima sebaran sehingga terjadi pertemuan budaya yang menyebabkan respon tertentu.

Adakalanya budaya yang baru dan lama akan menemui pola kontradiktif yang menyebabkan pertentangan yang dapat memengaruhi nilai dan kaidah yang terdapat pada budaya lama (asli). Keadaan ini dapat memunculkan pergolakan dalam budaya yang menggoyahkan keserasian nilai (Eva, 2021). Kegoyahan dapat dipulihkan kembali melalui proses *adjustment* atau penyesuaian, di mana budaya baru dan lama dapat hidup berdampingan. Apabila yang terjadi adalah sebaliknya, maka disebut *maladjustment* di mana budaya yang bertemu tidak dapat berjalan bersamaan dan akan terjadi penolakan pada salah satu budaya. Pola terakhir adalah dialektika, yaitu oleh Engels dideskripsikan sebagai ilmu mengenai hukum-hukum dari gerakan, perkembangan alam, masyarakat manusia dan pemikiran (Eva, 2021). Dialektika menegaskan mengenai kontradiksi yang merupakan inti dari segala sesuatu, baik

dalam alam maupun kehidupan manusia. Kontradiksi menjadi mekanisme yang menggerakkan perubahan, karena kontradiksi tidak dapat dipertahankan untuk jangka waktu yang tak terbatas (Eva, 2021).

### **2.2.3 Maskulinitas dan *Soft Masculinity***

Istilah maskulinitas melekat erat pada nilai, jenis biologis manusia, dan perilaku yang 'normal' dan menandakan seseorang sebagai laki-laki (Beynon, 2002). Jenis kelamin kerap dihubungkan karena dirasa sebagai patokan dalam menerapkan konsep gender maskulin ataupun feminin. Gender juga diartikan sebagai konsep budaya mengacu kepada suatu konstruksi sosial yang melalui proses internalisasi dan sosialisasi menerapkan adat kebiasaan, norma-norma, sanksi, ciri-ciri dan perilaku bagi pria dan wanita serta menentukan apa yang pantas dimiliki dan diharapkan dari laki-laki dan perempuan (Wandi, 2015). Maskulinitas adalah unsur budaya yang tidak lepas dari konstruksi lingkungan sosial dan budaya yang dominan dianut oleh suatu negara. Berger (1995) mengatakan bahwa laki-laki tidak lahir dengan maskulinitas dalam gen mereka, melainkan maskulinitas adalah sesuatu yang dibentuk dan dikonstruksi melalui berbagai faktor di berbagai situasi (Beynon, 2002). Karenanya, maskulinitas bukanlah hal mutlak dalam menilai kepantasan diri seorang laki-laki dalam masyarakat.

Meskipun begitu, maskulinitas tetap menjadi budaya yang dianut oleh sebagian besar masyarakat. Hal ini tercermin pada norma, standar dan idealisme mengenai bagaimana laki-laki seharusnya terlihat dan bersikap. Pakaian yang keren dan mencerminkan sosok laki-laki, reaksi terhadap emosi negatif, kontrol sosial dan *role model* seorang laki-laki menjadi contoh maskulinitas yang diterapkan oleh masyarakat. Mereka yang tidak menerapkan unsur maskulinitas tersebut pun mendapatkan stigma negatif dan dianggap bukan laki-laki. Maskulinitas merepresentasikan norma sempit yang membentuk kehidupan laki-laki berdasar dari pandangan tradisional (Gottzén, Mellström, & Shefer, 2018).

Di Indonesia yang menganut budaya patriarki, maskulinitas masih dapat dirasakan. Sebagai konstruk sosial, maskulinitas sangat dipengaruhi oleh budaya,

sehingga nilai-nilai ke-maskulin-an bisa berbeda antara suatu tempat dengan tempat yang lainnya. Di Indonesia, nilai-nilai tersebut sangat kental, bahkan telah ditanamkan ketika seorang anak laki-laki baru lahir (Wandi, 2015). Berbagai aturan dan atribut budaya telah diterima melalui berbagai media berupa ritual adat, ajaran agama, pola asuh, jenis permainan, jenis tayangan televisi, buku bacaan dan filosofi hidup (Demartoto, 2012). Dalam perjalanan hidupnya laki-laki harus mengikuti alur “kelaki-lakian” sesuai dengan kodratnya sebagai laki-laki. Seperti yang diungkapkan oleh Whitehead (2021), bahwa terdapat pengotakkan dalam orientasi kehidupan laki-laki dan perempuan kedalam sisi maskulin dan feminin. Jika laki-laki maka harus maskulin dan jika perempuan maka harus feminin.

Nilai-nilai yang diwariskan dari generasi ke generasi berpaku pada maskulinitas yang menjadikan laki-laki harus mengarahkan dirinya agar sesuai dengan apa yang telah “digariskan” (Wandi, 2015). Laki-laki tidak boleh cengeng, menangis, gemulai, dan berbagai ciri yang menggambarkan sifat “kewanitaan” merupakan aturan tidak tertulis yang harus dipatuhinya (Wandi, 2015). Kalimat seperti “Laki-laki kok menangis?” masih terdengar di telinga masyarakat Indonesia sebagai representasi maskulinitas tradisional yang menganggap perwujudan dari sensitivitas adalah hal yang lemah dan berbau feminin.

Maskulinitas merupakan hasil konstruksi sosial, sehingga makna dan konsepnya dapat berbeda-beda tergantung pada suatu bangsa, lingkungan sosial dan individu melalui perspektif masing-masing. Dalam budaya maskulinitas yang ditampilkan dalam konten media di Korea Selatan, laki-laki juga dijunjung sebagai pihak yang dominan daripada perempuan, akan tetapi terdapat perbedaan standar maskulinitas dalam menilai kelayakan seseorang sebagai laki-laki. Patriarki di Korea Selatan juga sangat kental dan dominasi laki-laki atas perempuan masih menjadi tantangan yang sulit bagi perkembangan feminisme Korea Selatan. Budaya maskulinitas di Korea Selatan cenderung fleksibel dan merupakan gabungan dari berbagai pandangan maskulinitas di sekitarnya seperti Jepang dan Cina (Jung, 2021). Dalam konten Kpop dan drama, Korea Selatan menampilkan sisi maskulinitas yang cenderung lebih lembut atau disebut dengan *soft masculinity*

(Jung, 2021). Maskulinitas ini tidak menitik-beratkan standar laki-laki pada penampilan fisiknya, melainkan lebih pada karakter individunya. Laki-laki dapat menyesuaikan gaya hidup mereka dengan preferensi individu, seperti dengan menggunakan produk perawatan kulit, mencoba berbagai fashion, hingga menggunakan pakaian dengan warna pink atau bermotif bunga (Kim, 2021). Dalam hal ini, tercermin bahwa laki-laki di Korea Selatan memiliki kebebasan lebih daripada Indonesia terkait hal mengekspresikan diri dalam masyarakat.

*Soft Masculinity* dari Korea Selatan merupakan pandangan yang membebaskan sisi feminin dari laki-laki. Konsep *Soft masculinity* di Korea merupakan percampuran antara *Seonbi* (konsep maskulinitas tradisional Korea), *Bishounen* (konsep *pretty boy* Jepang) dan *Global Metroseksual*. Konsep campuran ini yang membuat *soft masculinity* dapat diterima di berbagai belahan dunia. (Jung, 2021). Ada tiga karakteristik menonjol dari *Soft masculinity* yaitu *Tender Charisma*, *Politeness*, dan *Purity* (Jung, 2021). *Tender Charisma* berbicara mengenai kombinasi antara sisi laki-laki yang diasosiasikan dengan watak yang tegas dan sisi lembut yang dimiliki wanita. *Purity* berarti bicara mengenai penggambaran cinta polos dan lugu yang mengingatkan penonton pada cinta pertama mereka di masa muda. *Politeness* menggambarkan seorang laki-laki yang penuh dengan adab yang baik, santun, dan perhatian terhadap lawan jenis (Jung, 2021).

Maskulinitas ini lah yang sering dilihat oleh para penggemar budaya Korea di Indonesia sebagai representasi dari maskulinitas Korea Selatan. Dalam konten tersebut, laki-laki dapat menunjukkan peran yang lembut dan feminin, begitu pula dengan pemakaian *make up*, *skin care* dan atribut *fashion* seperti rok, anting dan lain-lain. Bahkan, di Korea Selatan terdapat istilah *flower boy* yang menggambarkan laki-laki berpenampilan cantik tanpa konotasi negatif terkait maskulinitas laki-laki cantik (Kim, 2021). Istilah *flower boy* tersebut bahkan lebih terkesan positif karena menggambarkan betapa laki-laki tersebut memiliki penampilan yang indah. Menurut Euromonitor, dari riset yang dilakukan pada tahun 2011-2017, terjadi peningkatan angka sebanyak 44% terkait penggunaan *make up*

oleh laki-laki, dan 21% diantaranya berasal dari Korea Selatan (Pasingringi, 2021). Meskipun angka kesetaraan gender di Korea Selatan masih rendah, budaya maskulinitas tradisional telah menurun dan masyarakat Korea Selatan menerima dengan baik perkembangan budaya maskulinitas laki-laki yang berkarakter lebih lembut atau *soft masculinities* tersebut (Jung, 2021). Jung (2021) juga mengemukakan bahwa maskulinitas di Korea cenderung berkembang dari maskulinitas tradisional yang kaku, menjadi lebih fleksibel sebagaimana ditunjukkan dalam media.

Bagi para remaja laki-laki di Indonesia yang telah tumbuh dengan budaya maskulinitas tradisional Indonesia, *soft masculinities* dalam konten Korea yang fleksibel dan bebas merupakan salah satu penyebab *cultural shock*. Remaja laki-laki Indonesia yang diajarkan untuk menjadi sosok yang kuat, dominan, keras, dan tertutup secara emosional dihadapkan dengan *soft masculinities* dalam konten Korea yang fleksibel, lembut, dan bebas dalam berekspresi. Perbedaan budaya yang bertemu melalui media drama Korea Selatan, Kpop, dan *reality show* Korea Selatan ini menjadi fenomena tersendiri bagi remaja laki-laki peminatnya. Penelitian ini mendalami bagaimana para remaja laki-laki memaknai budaya dengan menggali realita akan budaya maskulinitas berdasarkan pengalaman mereka.

#### **2.2.4 Penggemar Budaya Korea dan Kpop**

Penggemar atau *fans* dalam *fandom studies* merupakan wujud dari *media audience* (Blackwell & Booth, 2018). Fandom merupakan komunitas yang secara aktif menjadi *audience*, memproduksi, berdiskusi dan mendistribusikan konten, makna, dan konteks terkait media yang dikonsumsi (Blackwell & Booth, 2018). Apabila fandom dikatakan sebagai bentuk komunitas, maka bentuk individunya adalah seorang *fan* atau penggemar. Penggemar melakukan aktivitas partisipatif dalam sebuah fandom dan berperan serta dalam segala proses yang menyangkut media yang dikonsumsi dalam fandom tersebut.

Penggemar memiliki keterkaitan makna dengan media yang digemarinya dan cenderung merasakan suatu bentuk koneksi yang menjaga hubungan konsumsi dan

ketertarikan tersebut dalam fandom (Blackwell & Booth, 2018). Seperti penggemar buku *Harry Potter* karya J.K Rowling yang bisa merasakan ikatan emosional dengan masing masing tokoh dalam buku tersebut, penggemar budaya Korea dan Kpop merasakan hal yang sama. Apabila penggemar Hermione dalam serial *Harry Potter* merasa kecewa karena Hermione tidak berakhir dengan Harry, penggemar drama Korea merasakan hal yang sama ketika drama yang ditontonnya *sad ending*. Dalam hal Kpop, penggemar kerap merasakan koneksi dengan para idolanya, seperti merasa bahwa idola tersebut adalah teman, motivasi, inspirasi hingga sebuah *role model* yang merubah hidup mereka. Dalam kalangan fandom Kpop, aktivitas fandom sangat terlihat. Fandom kerap mendistribusikan pesan dan makna yang dirasakan pada setiap konten media yang berbau idolanya melalui berbagai *platform* (Blackwell & Booth, 2018). Fandom juga berpartisipasi langsung dengan mengoleksi barang-barang yang berbau Kpop, mulai dari album hingga produk yang dipakai oleh idola mereka.

Dalam penelitian ini, konsep penggemar akan dilihat untuk mengetahui keterlibatan narasumber dengan dunia Kpop dan budaya Korea. Penggemar yang cenderung merelakan sebagian besar waktu, pikiran hingga sumber daya yang mereka miliki untuk aktivitas fandom cenderung mengadopsi beberapa hal dari idola yang mereka suka. Seperti bagaimana beberapa penggemar Kpop akan dapat dikenali hanya melalui cara pandang, cara berpakaian, cara menggunakan *make up* dan bagaimana ia menata rambut.

### **2.2.5 Fenomenologi**

Secara bahasa, kata fenomenologi dibangun dari 2 kata dalam bahasa Yunani, yaitu "*phainomenon*" yang berarti fenomena dan "*logos*" yang berarti ilmu. Edmund Husserl (2012), pelopor dari fenomenologi, mengemukakan bahwa fenomenologi adalah istilah untuk penelitian terdisiplin tentang kesadaran daripada perspektif pertama seseorang. Fenomenologi Husserl menekankan pada makna dari kesadaran dalam realitas, di mana kesadaran bersifat intensional sebagai realitas yang menampakan diri secara sengaja.

Fenomena adalah realita hasil konstruksi kesadaran yang dibangun dari ingatan, pengalaman, nilai-nilai secara sadar. Penelitian fenomenologi dipahami sebagai narasi cerita dari seseorang atau beberapa individu mengenai pengalamannya akan sebuah fenomena. Tujuan fenomenologi adalah untuk mereduksi pengalaman individu yang akan dijabarkan secara spesifik mengenai setiap pengalaman berdasarkan deskripsi kesamaan dari setiap individu yang mengalami fenomena serupa secara universal (Creswell & Poth, 2018).

Pengetahuan umum seseorang dimulai dari pengalaman individu (Husserl, *Ideas : General Introduction to Pure Phenomenology*, 2012). Individu mendapatkan pengalaman dari hasil interaksinya dengan individu lain dalam dunia sosialnya. Hal ini, menurut Mousakas (1994) dijelaskan sebagai dasar dari kebenaran dalam studi fenomenologi, di mana penelitian berpusat pada pengalaman individu dan bukan dari hasil analisis sudut pandang peneliti (Creswell & Poth, 2018). Pengalaman ini dalam hakikatnya diproses oleh individu menjadi pengetahuan dan *ideas* yang secara tidak sadar maupun sadar menjadi pembentuk realitas dalam perspektif individu. Individu merekonstruksi dunia dari hasil pengalaman dan realita ini, membuat setiap individu memiliki pandangan berbeda mengenai peristiwa tertentu (Husserl, *Ideas : General Introduction to Pure Phenomenology*, 2012, p. 10).

Fenomenologi Husserl percaya bahwa fenomena merupakan hasil kesadaran dari perspektif pokok individu. Dengan kata lain, fenomena menjadi hal yang relatif dalam pengalaman tiap-tiap individu, dan tiap-tiap individu mengalami realitas yang berbeda akan fenomena yang sama. Hal ini membuat realitas yang terjadi tidak dapat dipisahkan dari narasumber, karena kebenaran dalam fenomena dibentuk oleh pengalaman tiap-tiap individu, dan dapat dipahami hanya melalui pengalaman tiap-tiap individu tersebut pula (Creswell & Poth, 2018). Penelitian fenomenologi kemudian menalami pengalaman ini untuk melihat alasan dibaliknya dan bagaimana realitas akan fenomena terbentuk dalam tiap-tiap individu secara sadar (Creswell & Poth, 2018).

Dalam fenomenologi, terdapat dua jenis penekatan yang sering digunakan, yaitu pendekatan fenomenologi hermeneutika dan transedental atau empiris (Creswell & Poth, 2018). Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris, di mana Moustakas (1994) mengemukakan bahwa pendekatan ini berfokus pada konsep *epoche* atau *bracketing* milik Husserl. *Bracketing* atau pengurungan merupakan konsep di mana peneliti harus menyingkirkan prasangka dan sisi narasumbernya akan fenomena, dan berfokus sepenuhnya pada pengalaman narasumber guna mendapatkan pengetahuan yang baru akan fenomena. Transedental berarti ‘seperti pertama kalinya’, di mana peneliti akan melihat fenomena seolah mereka belum pernah mengalaminya.

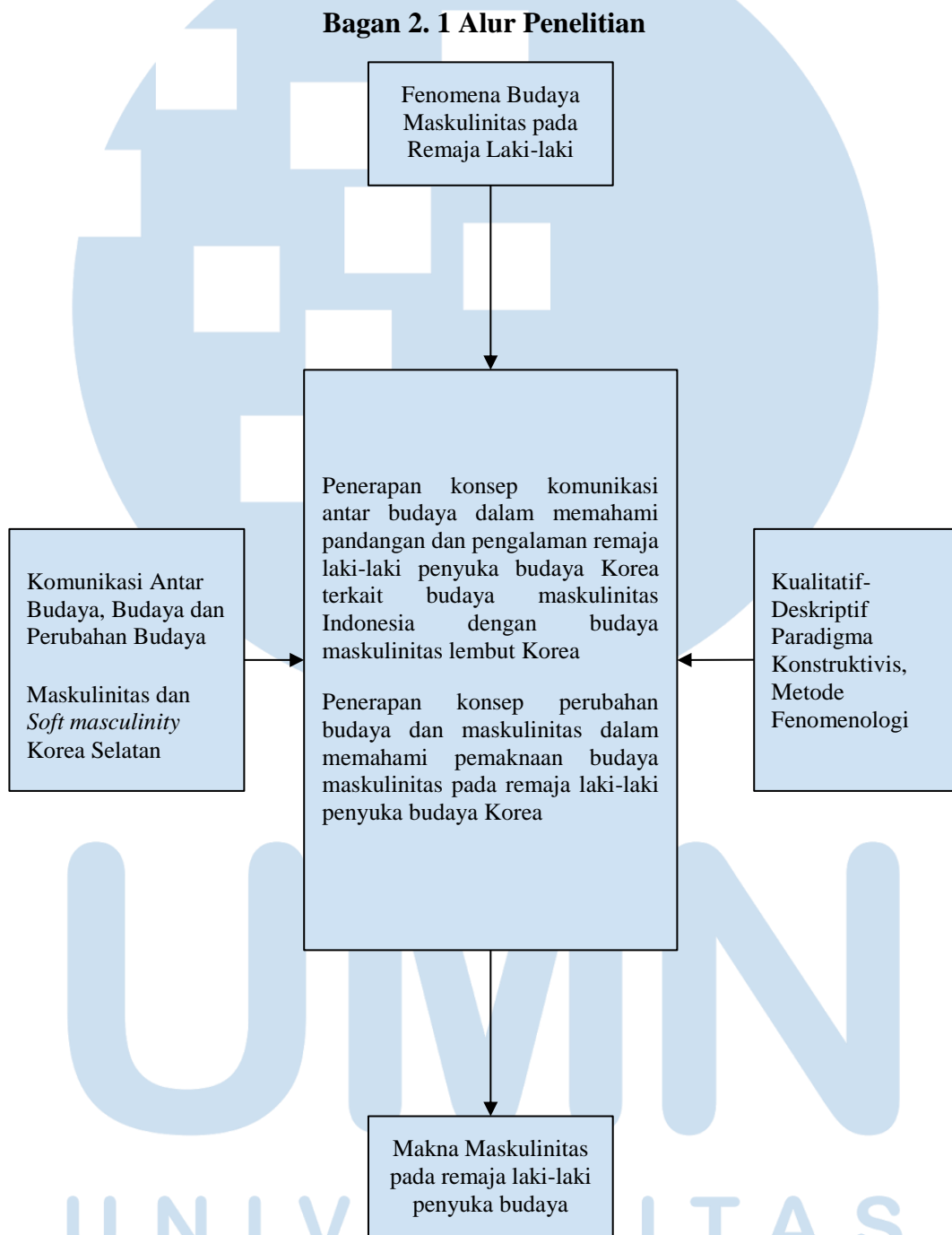
A large, light blue circular watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized building facade with several rectangular windows.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



### 2.3 Alur Penelitian



Sumber: Data Olahan Penulis, 2022