

BAB II

KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan pendukung dalam melakukan penelitian baru. Sebagai bahan referensi dan pertimbangan peneliti dalam membuat penelitian ini, maka peneliti mencantumkan 7 (tujuh) penelitian terdahulu yang terkait dengan konsep yang ingin diteliti. Penelitian terdahulu tersebut akan dipetakan berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, konsep yang digunakan, metodologi, dan hasil penelitian.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, sebagian penelitian lebih fokus pada bagaimana *toxic masculinity* dalam sebuah acara seperti film dan *podcast* (Juffany & Lasmery, 2020; Aliu, Grace, & Anita, 2022). Penelitian lainnya ingin mengetahui berbagai hal terkait penata rias laki-laki, seperti persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanannya (Asya Aulia N., 2021), motif, pemaknaan diri, dan pengalaman komunikasi seorang penata rias laki-laki (Silvani W., 2016), dan perilaku feminin pada penata rias laki-laki (Ahmad M. & Parlin H., 2019). Sedangkan, terdapat penelitian lainnya yang menekankan pada keterbukaan diri seorang *gay* terkait orientasi seksualnya (Jessica K., 2016) serta terdapat penelitian yang fokus pada proses komunikasi intrapersonal dalam pengambilan keputusan terkait orientasi seksual (Beby N. & Drs. Amsal A., 2018).

Berdasarkan teori atau konsep yang digunakan, sebagian penelitian menggunakan konsep *toxic masculinity* (Aliu, Grace, & Anita, 2022) yang kemudian ditambahkan dengan konsep lainnya, seperti wacana kritis Teun A. Van Dijk (Juffany & Lasmery, 2020). Sebagian penelitian lainnya menggunakan konsep orientasi seksual, yang ditambahkan dengan beberapa konsep lainnya, seperti Teori Penetrasi Sosial, *self disclosure* (Jessica K., 2016), Teori Intrapersonal, dan Teori Disonansi Kognitif (Beby N. & Drs. Amsal A., 2018). Terdapat pula beberapa penelitian yang menggunakan Teori Interaksi Simbolik, yang ditambahkan dengan beberapa teori atau konsep lainnya, seperti Teori Fenomenologi Alfred Achutz

(Silvani W., 2016), *personal selling*, komunikasi interpersonal, dan *marketing communication* (Ahmad M. & Parlin H., 2019). Berbeda pula dengan penelitian dari Asya Aulia N. (2021), di mana penelitian ini menggunakan konsep persepsi konsumen, kualitas pelayanan, dan penata rias laki-laki.

Berdasarkan jenis penelitiannya, hampir seluruh penelitian menggunakan penelitian kualitatif (Juffany & Lasmery, 2020; Aliu, Grace, & Anita, 2022; Jessica K., 2016; Beby N. & Drs. Amsal A., 2018; Silvani W., 2016; Ahmad M. & Parlin H., 2019), kecuali penelitian dari Asya Aulia N. (2021) menggunakan metode kuantitatif, pendekatan deskriptif, dan pengambilan data melalui kuesioner. Sebagian besar penelitian dengan metode kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif (Juffany & Lasmery, 2020; Jessica K., 2016; Beby N. & Drs. Amsal A., 2018; Silvani W., 2016), dan ada yang menggunakan pendekatan semiotika dengan metode analisis isi (Aliu, Grace, & Anita, 2022). Sebagian besar penelitian dengan metode kualitatif menggunakan dokumentasi (Juffany & Lasmery, 2020; Aliu, Grace, & Anita, 2022; Beby N. & Drs. Amsal A., 2018; Silvani W., 2016), wawancara (Jessica K., 2016; Beby N. & Drs. Amsal A., 2018; Silvani W., 2016; Ahmad M. & Parlin H., 2019). Sedangkan, sebagian lainnya juga ada yang menggunakan observasi (Aliu, Grace, & Anita, 2022; Silvani W., 2016; Ahmad M. & Parlin H., 2019).

Berdasarkan hasil penelitiannya, sebagian penelitian terkait *toxic masculinity* mendapatkan hasil bahwa *toxic masculinity* ini memiliki hubungan dengan bentuk maskulinitas negatif dalam sistem patriarki yang dapat dilihat dari film “Posesif” (Juffany & Lasmery, 2020) dan terdapat 8 *scene* pada *podcast* yang mengandung *toxic masculinity* (Aliu, Grace, & Anita, 2022). Sebagian lainnya memperoleh hasil bahwa seorang *gay* dapat membuka diri melalui empat tahap penetrasi sosial (Jessica K., 2016) dan dapat memutuskan pilihannya melalui proses komunikasi intrapersonal dan akan mengalami proses disonansi kognitif (Beby N. & Drs. Amsal A., 2018). Sebagian lainnya memperoleh bahwa penata rias laki-laki mendapatkan hasil persepsi konsumen yang positif terhadap kualitas pelayanannya (Asya Aulia N., 2021), penata rias laki-laki juga tidak hanya membutuhkan kemampuan *hardskill* saja tetapi membutuhkan kemampuan komunikasi

interpersonal dan membangun pendekatan dengan pelanggan melalui pengelolaan perilaku feminin (Ahmad M. & Parlin H., 2019), terdapat 2 motif pada penata rias laki-laki yaitu motif karena dan motif harapan, pemaknaannya sebagai seorang pekerja seni dan tukang *makeover*, dan pengalaman komunikasi yang dirasakan ada yang menyenangkan dan tidak menyenangkan (Silvani W., 2016).

Terdapat beberapa persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti, seperti tujuan penelitian dari Silvani W. (2016) yang ingin melihat pemaknaan diri dari seorang penata rias laki-laki. Teori atau konsep yang digunakan pun memiliki persamaan yaitu Teori Interaksi Simbolik (Silvani W., 2016; Ahmad M. & Parlin H., 2019) dan beberapa konsep pun terkait dengan konsep yang akan diteliti, seperti *toxic masculinity* (Juffany & Lasmery, 2020; Aliu, Grace, & Anita, 2022), dan orientasi seksual (Jessica K., 2016; Beby N. & Drs. Amsal A., 2018). Beberapa penelitian pun memiliki metodologi yang sama yaitu kualitatif (Juffany & Lasmery, 2020; Aliu, Grace, & Anita, 2022; Jessica K., 2016; Beby N. & Drs. Amsal A., 2018; Silvani W., 2016; Ahmad M. & Parlin H., 2019) dengan fenomenologi (Silvani W., 2016), serta wawancara (Jessica K., 2016; Beby N. & Drs. Amsal A., 2018; Silvani W., 2016; Ahmad M. & Parlin H., 2019). Penelitian dari Asya Aulia N. (2021), Silvani W. (2016), dan Ahmad M. & Parlin H. (2019) memiliki objek penelitian yang sama dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penata rias laki-laki.

Namun, masing-masing dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti memiliki perbedaan dalam beberapa teori, seperti wacana kritis Teun A. Van Dijk (Juffany & Lasmery, 2020), Teori Penetrasi Sosial, *self disclosure* (Jessica K., 2016), Teori Intrapersonal, Teori Disonansi Kognitif (Beby N. & Drs. Amsal A., 2018), persepsi konsumen, kualitas pelayanan, penata rias laki-laki (Asya Aulia N., 2021), Teori Fenomenologi Alfred Schutz (Silvani W., 2016), *personal selling*, komunikasi interpersonal, dan *marketing communication* (Ahmad M. & Parlin H., 2019). Beberapa penelitian terdahulu pun memiliki perbedaan pada objek penelitiannya yaitu sebuah acara (Juffany & Lasmery, 2020; Aliu, Grace, & Anita, 2022) dan *gay* (Jessica K., 2016; Beby N. & Drs. Amsal A., 2018).

No.	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Teori dan Konsep	Metodologi Penelitian	Hasil dan Kesimpulan Penelitian
1.	<p><i>Toxic Masculinity</i> Dalam Sistem Patriarki (Analisis Wacana Kritis Van Dijk Dalam Film “Posesif”)</p> <p>Desvira Jufanny dan Lasmary R. M. Girsang</p> <p>Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia</p> <p>Jurnal SEMIOTIKA, Vol. 14, No. 1, pp. 8-23, 2020</p>	<p>Mengetahui lebih jauh terkait <i>toxic masculinity</i> dalam produksi dan reproduksi wacana yang terdapat pada film “Posesif”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wacana Kritis Teun A. Van Dijk • <i>Toxic Masculinity</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif – Kualitatif • Paradigma kritis • Dokumentasi • Teknis analisis wacana kritis 	<p>Terdapat hubungan yang saling terpaut dalam menonjolkan <i>toxic masculinity</i> sebagai bentuk maskulinitas negatif dalam sistem patriarki. Hal tersebut didukung dengan ideologi yang dibawa sutradara dan penulis naskah film “Posesif” guna mengkritisi isu-isu sosial.</p>
2.	<p>Analisis Semiotika <i>Toxic Masculinity</i> Dalam <i>Podcast</i> Deddy Corbuzier dan Ivan Gunawan</p> <p>Rahman Aliu, Grace Waleleng, dan Anita Runtuwene</p>	<p>Mengetahui bagaimana semiotika <i>toxic masculinity</i> dalam <i>podcast</i> Deddy Corbuzier dan Ivan Gunawan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Toxic Masculinity</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis isi kualitatif • Pendekatan semiotika • Observasi dan dokumentasi • Teknik analisis kualitatif 	<p>Terdapat 8 <i>scene</i> percakapan dalam video <i>podcast</i> Deddy Corbuzier dan Ivan Gunawan yang mengandung <i>toxic masculinity</i>.</p> <p>Berdasarkan analisis makna denotasi, Deddy Corbuzier yang menyatakan bahwa cara berpakaian Ivan Gunawan seperti perempuan.</p>

	<p>Ilmu Komunikasi, Universitas Sam Ratulangi Manado</p> <p>Acta Diurna Komunikasi, Vol. 4, No. 1, 2022</p>				<p>Sedangkan, berdasarkan makna konotasi dalam video tersebut ialah kesukaan dan kemampuan ekonomi, di mana Ivan Gunawan yang sangat menyukai barang-barang mewah yang biasanya digunakan oleh perempuan.</p>
3.	<p><i>Self Disclosure Gay Terhadap Keluarga Mengenai Orientasi Seksual</i></p> <p>Jessica Kusiki Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya</p> <p>Jurnal E-Komunikasi, Vol. 4, N0. 1, pp. 1-8, 2016</p>	<p>Menjelaskan <i>self disclosure gay</i> pada orang tuanya mengenai orientasi seksualnya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Teori Penetrasi Sosial • <i>Self Disclosure</i> • Orientasi Seksual 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif – Kualitatif • Studi kasus • Wawancara • Teknik analisis deskriptif 	<p>Seorang <i>gay</i> dapat membuka diri melalui 4 tahap penetrasi sosial, yaitu orientasi (masih menutup diri), pertukaran penjangkauan afektif, pertukaran afektif, dan pertukaran stabil (sudah merasa akrab dan nyaman, sehingga dapat menceritakan rahasia).</p>
4.	<p>Proses Komunikasi Intrapersonal Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Orientasi Seksual Pada <i>Gay</i></p> <p>Beby Novalia dan Drs. Amsal Amri, M. Pd</p>	<p>Mengetahui bagaimanakah proses komunikasi intrapersonal terhadap pengambilan keputusan dalam menentukan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Teori Disonansi Kognitif • Teori Intrapersonal • Orientasi Seksual 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif – Kualitatif • Wawancara dan dokumentasi • Triangulasi sumber 	<p>Sebelum seseorang memutuskan menjadi <i>gay</i>, mereka akan melalui proses komunikasi intrapersonal, yaitu sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Selain itu, mereka juga akan mengalami proses disonansi kognitif, di mana mereka akan mengalami keraguan</p>

	Departemen Komunikasi (FISIP), Universitas Syiah Kuala Darussalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol. 3, No. 1, Januari 2018	orientasi seksual pada <i>gay</i> .			dan akan mencari informasi guna mengurangi keraguan tersebut.
5.	Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan <i>Make Up Artist</i> Pria Asya Aulia Nifa Pendidikan Tata Rias, Universitas Negeri Jakarta Jurnal Tata Rias, Vol. 11, No. 2, November 2021	Mengetahui mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan penata rias laki-laki.	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Konsumen • Kualitas Pelayanan • Penata rias laki-laki 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif – Kuantitatif • Kuesioner • Teknik <i>purposive sampling</i> (50 orang) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan penata rias laki-laki masuk dalam kategori baik. 2. Perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan penata rias laki-laki tidak mempunyai banyak perbedaan yang berarti.
6.	Motif dan Makna Diri Pria Penata Rias di Kota Pekanbaru Dalam Perspektif Fenomenologi Silvani Wulandari	Mengetahui motif penata rias laki-laki, pemaknaan diri, dan pengalaman komunikasi yang dialami laki-laki	<ul style="list-style-type: none"> • Teori Fenomenologi Alfred Schutz • Teori Interaksi Simbolik 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif – Kualitatif • Pendekatan fenomenologi • Wawancara, observasi, dan dokumentasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motif penata rias laki-laki di Kota Pekanbaru memiliki dua motif yang sesuai dengan Alfred Schutz, yaitu motif karena dan motif harapan. 2. Pemaknaan yang penata rias laki-laki di Pekanbaru ini berikan terhadap diri yang

	<p>Ilmu Komunikasi, Universitas Riau</p> <p>JOM FISIP, Vol. 3, No. 2, Oktober 2016</p>	<p>penata rias di Pekanbaru.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Teknik analisis data model interaktif Miles dan Huberman 	<p>mereka jalani adalah sebagai seorang pekerja seni dan tukang <i>makeover</i>.</p> <p>3. Pengalaman komunikasi penata rias laki-laki dikategorikan menjadi dua yaitu pengalaman komunikasi menyenangkan dan tidak menyenangkan.</p>
7.	<p><i>Feminine Behavior Management in Personal Selling Activities for Professional Male Makeup Artists</i></p> <p>Ahmad Mulyana dan Parlin Harbert Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana</p> <p>International Journal of English (UELS), Vol. 4, No. 5, September 2019</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui apa yang menggarisbawahi perilaku feminin seorang penata rias laki-laki saat melakukan <i>personal selling</i>. 2. Mengetahui bagaimana implementasi perilaku feminin yang dilakukan oleh seorang penata rias laki-laki saat melakukan <i>personal selling</i>. 3. Mengetahui mengapa perilaku feminin seorang penata rias laki-laki menjadi kompetensi 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Personal Selling</i> • Komunikasi Interpersonal • <i>Marketing Communication</i> • Teori Interaksi Simbolik 	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitatif • Studi kasus • Wawancara dan observasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi penata rias laki-laki meliputi kemampuan untuk membangun pendekatan dengan pelanggan melalui pengelolaan perilaku feminin ketika mereka berinteraksi dengan sebagian besar pelanggan perempuan. 2. Pengelolaan perilaku feminin merupakan hasil interaksi dengan feminisme pada umumnya, sehingga menjadi perilaku yang melekat pada profesi penata rias. 3. Penata rias laki-laki profesional tidak hanya mengandalkan kemampuan <i>hardskill</i> saja tetapi juga membutuhkan kompetensi komunikasi interpersonal.

		penata rias laki-laki dalam menentukan <i>personal selling</i> .			
8.	<p>Makna Pekerjaan Sebagai Penata Rias Terkait dengan <i>Gender</i> Pelaku (Studi Kasus Pada Penata Rias Laki-Laki)</p> <p>Vivian Margareta Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui dan memahami bagaimana proses pemaknaan seorang penata rias laki-laki mengenai bidang pekerjaan yang ia geluti. 2. Mengetahui dan memahami apakah bidang pekerjaannya sebagai penata rias memiliki hubungan dengan orientasi seksualnya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Makna Perbedaan <i>Gender</i> dalam Masyarakat • Teori Interaksi Simbolik 	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitatif • Studi Kasus • Wawancara 	

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Makna Perbedaan *Gender* dalam Masyarakat

Kita hidup di dalam dunia yang terorganisir bukan hanya dari perbedaan kelas sosial, tapi juga di sekitar konsep feminin dan maskulin atau yang sering disebut oleh para sosiolog adalah *gender*. *Gender* merujuk pada sifat atau ciri dari seseorang (ciri secara personal) dan juga posisi sosial di mana individu terikat dengan menjadi perempuan atau laki-laki. *Gender* merupakan sebuah dimensi di dalam organisasi sosial yang membentuk bagaimana kita berinteraksi dengan orang lain dan bagaimana kita berpikir mengenai diri kita sendiri. Yang lebih penting, *gender* juga melibatkan hierarki, di mana laki-laki dan perempuan disusun secara berbeda baik di dalam kekuatan, kekayaan, dan juga sumber lainnya. Inilah mengapa para sosiolog mengatakan stratifikasi *gender*, yaitu sebuah fenomena distribusi yang tidak sama dalam kekayaan, kekuatan, dan hak di antara laki-laki dan perempuan (John J. Macionis, 2012, p. 294).

Maskulinitas dalam buku *To Be Man* yang ditulis oleh Robert Augustus Masters (2015, p. 12), adalah ketika seseorang mempunyai sifat atau karakter diantara lembut “*soft*” dan juga keras “*hard*”, di mana terdapat perpaduan antara pikiran, hati, dan juga keberanian. Seseorang yang dianggap maskulin memiliki pikiran (berfikir kritis, rasional, analisa), hati (peduli, kasih sayang, cinta), dan keberanian (menyelesaikan, ketangguhan, kegagahan) yang bekerja bersamaan sehingga membuat seseorang dapat bertindak dan dilihat secara “maskulin”. Maskulinitas ini bersifat kuat tapi tidak agresif, menantang tapi tidak mempermalukan, mendasar tapi tidak kaku, dan bertenaga tetapi tidak memaksa.

Sedangkan, feminin lebih berfokus kepada hatinya, dengan menjadi feminin seseorang akan menjadi penuh kasih, berempati, dan penuh pertimbangan serta mengutamakan orang lain dibandingkan dirinya sendiri. Ketika aspek feminin seorang perempuan aktif, maka perempuan tersebut pasti menginspirasi, perempuan tersebut dapat menjadi sumber kehidupan di sekitarnya, terutama terhadap laki-laki di mana laki-laki ini bisa merasa terinspirasi dengan keberadaan

si perempuan dan merasa lebih rileks serta menerima dirinya sendiri (Jennifer Granger, 2013, p. 224).

Terdapat tiga studi yang menjelaskan bagaimana perbedaan antara maskulin dan feminin dalam perspektif global, yaitu (John J. Macionis, 2012, p. 295-296):

1. The Israeli Kibbutz

Di Israel terdapat sebuah pemukiman bernama Kibbutzim. Kibbutzim ini mempraktikkan ekualitas *gender* atau kesamaan *gender*, di mana laki-laki dan perempuan bekerja sama baik dalam pekerjaan dan juga pengambilan keputusan. Beberapa dekade terakhir Kibbutzim ini sudah mulai pudar namun sejarah terus menunjukkan bahwa di Kibbutzim kedua jenis kelamin saling berbagi kegiatan yang ada, sehingga Kibbutzim sudah hampir mencapai kesamaan *gender*.

2. Riset Margaret Mead

Margareth Mead mengatakan bahwa jika *gender* didasari oleh perbedaan secara biologi, maka orang-orang seharusnya melihat feminin dan maskulin menjadi sama. Namun jika *gender* merupakan kultural, maka konsepnya akan menjadi bervariasi. Mead (1936, orig. 1935) melakukan sebuah studi terhadap tiga pemukiman masyarakat di New Guinea. Di bagian pegunungan, Mead melihat bahwa baik laki-laki dan perempuan menunjukkan sikap dan perilaku yang sama, keduanya sama-sama berkooperatif dan sensitif kepada satu sama lain atau yang biasa disebut oleh kultur sebagai feminin. Daerah Selatan masih terdapat perburuan dan kanibalisme dan Mead melihat bahwa kedua jenis kelamin cenderung egois dan agresif atau yang biasa disebut dengan maskulin. Kemudian, daerah barat di Tchambuli, Mead menemukan bahwa di sana mereka memandang perempuan dan laki-laki secara berbeda dan kebalikannya dengan yang kita pandang sekarang. Perempuan lebih dominan dan rasional, sedangkan laki-laki lebih penurut, emosional, dan lebih penyayang terhadap anak-anak. Berdasarkan observasi ini, Mead menyimpulkan bahwa kultur atau budaya adalah kunci dari perbedaan *gender* karena sebuah masyarakat bisa saja dilihat sebagai maskulin, namun yang lain melihat sebagai feminin.

3. Riset George Murdock

George Murdock melakukan sebuah riset kepada lebih dari 200 masyarakat di era sebelum industri ada dan menemukan kesepakatan global terkait tugas yang feminin dan maskulin lakukan. Perburuan dan juga peperangan secara general akan ditugaskan kepada laki-laki, sedangkan tugas yang berhubungan dengan rumah, seperti memasak dan juga mengurus anak cenderung merupakan tugas perempuan. Di era tersebut yang teknologinya masih sederhana, masyarakat memberikan tugas kepada setiap individu sesuai dengan penampilannya, di mana dengan kekuatan dan ukuran lebih besar, laki-laki lebih mudah dalam berburu dan melindungi kelompok yang ada. Sedangkan, perempuan mengandung anak, sehingga lebih sering dirumah.

Dari awal kita lahir, *gender* membentuk perasaan, pikiran dan juga tindakan manusia. Anak-anak belajar dengan cepat bahwa masyarakat memandang perempuan dan laki-laki dengan cara berbeda, di umur 3 tahun mereka mulai memikirkan diri mereka sendiri dari sudut pandang ini. Di masa lalu, banyak orang di Amerika secara tradisional mendeskripsikan perempuan sebagai “emosional”, “pasif”, dan “kooperatif”. Sedangkan, laki-laki dideskripsikan sebagai “rasional”, “aktif”, dan “kompetitif”. Hal ini sangat aneh, di mana kita sudah sejak lama selalu diajarkan bahwa *gender* berbeda dari satu dengan yang lainnya, padahal perempuan dan laki-laki mempunyai banyak sekali kesamaan dan juga karena studi menunjukkan bahwa kebanyakan anak muda membangun kepribadian yang merupakan campuran dari feminin dan maskulin (John J. Macionis, 2012, p. 297).

Seperti *gender* memengaruhi bagaimana kita berpikir mengenai diri kita sendiri, itu juga mengajarkan kita cara berperilaku. Peran *gender* atau *gender roles* (sebutan lama peran seks atau *sex roles*) adalah sikap dan aktivitas yang sosial berikan atau hubungkan dengan setiap jenis kelamin. Sebuah budaya yang mendeskripsikan laki-laki sebagai ambisius dan kompetitif membuat mereka terus mencari posisi sebagai pemimpin dan bermain dalam olahraga tim. Sedangkan, perempuan dideskripsikan sebagai yang memberikan hormat dan emosional, sehingga mereka diekspektasikan sebagai *supportive helper* atau yang memberikan

bantuan dan cepat untuk menunjukkan perasaan mereka (John J. Macionis, 2012, p. 298).

Makna dari maskulinitas dan feminitas serta perbedaannya selalu berhubungan dengan berbagai hal berikut seperti, karakteristik yang ditonjolkan dan jelas menunjukkan perbedaan diantara kedua jenis kelamin, contohnya seperti laki-laki berumur 15 tahun lebih cenderung menyukai mobil dan perempuan berumur 15 tahun lebih tertarik dengan sejarah dan perawatan. Maskulinitas dan feminitas juga dapat dibedakan berdasarkan peran dari jenis kelamin itu sendiri yang dianggap wajar atau umum oleh masyarakat sosial. Peran ini menentukan bagaimana seorang laki-laki atau perempuan harus bertindak dan fungsi sosial yang diharapkan untuk mereka lakukan, contohnya seperti di Iran jenis kelamin menentukan hampir semua aspek kehidupan seseorang mulai dari jumlah tempat publik seseorang diizinkan untuk masuk, edukasi yang dapat ditempuh, dan pekerjaan yang bisa didapatkan. Lebih lanjut, makna dari maskulinitas dan feminitas pastinya juga berhubungan dengan ketertarikan diantara kedua jenis kelamin. Bagi para laki-laki, seorang perempuan muda yang feminim serta mengetahui cara merawat diri mereka merupakan yang menarik dan mempesona bagi mereka. Sedangkan bagi para perempuan, laki-laki yang menarik dan maskulin adalah mereka yang memiliki postur tubuh baik atau suara yang dalam (Reinisch, et. al, 1987, p. 227).

Maskulinitas dan feminitas juga dapat dipengaruhi oleh kebiasaan yang ada, baik di dalam masyarakat maupun di dalam lingkungan yang lebih kecil seperti keluarga, contohnya seperti sosok perempuan dipandang lebih mempunyai kasih sayang terutama terhadap anak kecil dibandingkan dengan laki-laki, sehingga seringkali tugas merawat anak kecil atau bayi merupakan tugas seorang perempuan. Tidak hanya itu, pembelajaran terhadap anak kecil dan kebiasaan yang diajarkan orang tua juga mempengaruhi tingkah laku si anak, contoh seorang anak laki-laki jika terlalu sering dimanjakan dan terlalu bergantung kepada orang tuanya akan cenderung menjadi laki-laki yang dianggap lemah mental dan fisik, dan anak perempuan yang diajarkan orang tuanya bahwa anak laki-laki sering bermain kasar maka anak perempuan tersebut akan lebih menjauhi anak laki-laki. Pembelajaran

seperti ini juga berguna untuk memberikan wawasan yang lebih awal terhadap sang anak untuk mengetahui jenis kelamin mereka sendiri serta yang orang lain miliki sehingga dapat mempertimbangkan tingkah laku mereka sendiri (Reinisch, et. al, 1987, p. 230).

2.2.2 Teori Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik ditemukan oleh George Herbert Mead. Mead percaya bahwa pikiran, konsep diri, dan komunitas luas tempat kita tinggal diciptakan melalui komunikasi. Menurut Mead, karakteristik manusia tidak hanya terpaku pada bahasa dan jika tidak ada interaksi simbolik, maka kemanusiaan yang kita kenal sekarang tidak akan ada (Griffin et. al, 2019, p. 53).

Teori Interaksi Simbolik adalah penggunaan bahasa dan gerak tubuh yang berkelanjutan untuk mengantisipasi bagaimana orang lain akan bereaksi. Respon verbal dan nonverbal yang kemudian diberikan oleh pendengar juga dibuat dengan harapan bagaimana pembicara asli akan bereaksi (Griffin et. al, 2019, p. 53).

Terdapat tiga prinsip inti atau premis dalam Teori Interaksi Simbolik, yaitu: (Griffin et. al, 2019, p. 53-57)

1. *Meaning* atau Makna: Konstruksi Realitas Sosial

Seseorang berperilaku pada orang atau benda lain atas dasar makna yang mereka berikan pada orang tersebut. Pemberian makna ini tidak hanya seorang diri saja, tetapi harus berdasarkan keputusan bersama. Manusia berinteraksi berdasarkan definisi mereka sendiri terhadap situasi yang ada.

2. *Language* atau Bahasa: Sumber Makna

Makna muncul dari interaksi sosial yang orang miliki dengan orang lain. Dengan kata lain, makna tidak melekat pada objek, di mana sebelumnya hal tersebut tidak ada. Makna dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Interaksi simbolik tidak hanya sebagai sarana untuk ekspresi, tetapi juga untuk belajar menafsirkan dunia. Simbol adalah stimulus yang memiliki makna dan nilai yang dipelajari orang. Simbol juga dapat menyampaikan pesan tentang bagaimana perasaan dan cara kita menanggapi objek, peristiwa, atau orang yang dituju.

3. *Thinking* atau Berpikir: Proses Mengambil Peran Orang Lain

Setiap interpretasi individu terhadap simbol yang ada dibentuk berdasarkan proses pemikiran mereka sendiri. Para ahli mendeskripsikan bahwa pemikiran adalah sebuah percakapan dalam batin atau *inner conversation* dan menurut Mead, *inner conversation* adalah *mind* (dialog batin yang digunakan untuk menguji alternatif, melatih tindakan, dan mengantisipasi reaksi sebelum merespon; bicara sendiri). Mead juga berkata bahwa kita tidak perlu keberanian untuk bertindak. Manusia secara natural berkata kepada diri sendiri untuk mencari makna dari sebuah situasi yang sulit. Tapi sebelumnya, kita memerlukan sebuah bahasa, sebelum kita dapat berfikir, kita harus bisa berinteraksi secara simbolik. Menurut Mead, kita sebagai manusia mempunyai kapasitas untuk mengambil peran orang lain. Mengambil peran orang lain ialah sebuah proses secara mental, di mana kita mengimajinasikan diri kita adalah orang lain yang melihat diri kita sendiri. Mead percaya bahwa berpikir adalah percakapan mental yang kita pegang dengan orang lain, bagaimana orang lain melihat kita dan bereaksi dengan apa yang akan kita lakukan.

Mead beragumen bahwa kita menggunakan simbol untuk menciptakan pengalaman kita akan tiga elemen utama yang terdapat juga dalam Interaksi Simbolik, yaitu (Griffin et. al, 2019; West, Richard L. & Lynn H. Turner, 2018; Meltzer, Bernard N. & Jerome G. Manis, 1978; Baran, Stanley J. & Dennis K. Davis, 2015):

1. *Mind*

Mead mendefinisikan pikiran sebagai suatu kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna umum sosial. Mead juga percaya bahwa manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain. Seorang bayi tidak bisa benar-benar berinteraksi dengan orang lain sampai mereka mempelajari bahasa, atau sebuah sistem simbol verbal dan nonverbal yang terorganisir untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan. Bahasa bergantung pada apa yang Mead sebut sebagai simbol signifikan, atau simbol yang menunjukkan arti yang sama bagi banyak orang.

Pandangan Mead terkait pengembangan pikiran adalah pikiran mengandaikan, dan merupakan produk dari, proses sosial. Pikiran dilihat oleh Mead berkembang secara korelatif dengan diri, membentuk (dalam arti yang sangat penting) diri dalam tindakan.

Menurut Mead, salah satu aktivitas yang paling kritis yang dicapai seseorang melalui pemikiran adalah *role taking* (pengambilan peran), atau sebuah kemampuan untuk secara simbolik menempatkan diri sendiri ke dalam diri imajiner dari orang lain. Proses ini juga disebut sebagai "*perspective taking*" atau pengambilan perspektif karena hal tersebut membutuhkan perspektif diri sendiri dari pengalaman dan melihatnya dari perspektif orang lain. Setiap kali kita mencoba untuk mengimajinasikan bagaimana orang lain mungkin melihat sesuatu atau ketika kita mencoba untuk bertingkah sesuai bagaimana orang lain akan bertingkah, kita mengambil peran. Mead menyatakan bahwa *role taking* adalah sebuah aksi simbolik yang dapat membantu kita untuk mengklarifikasi kesadaran diri kita sendiri, bahkan hal tersebut juga membuat kita dapat mengembangkan kapasitas kita untuk berempati dengan orang lain.

2. *Self*

Untuk menyatakan bahwa manusia dapat merespon terhadap gerakannya sendiri maka harus menyiratkan bahwa dia memiliki diri (*self*). Dalam mengacu pada manusia sebagai memiliki diri, Mead hanya mengartikan secara simpel bahwa seorang individu dapat bertindak secara sosial terhadap dirinya sendiri, seperti terhadap orang lain. Dengan demikian, manusia dapat menjadi objek dari tindakannya sendiri. Diri sendiri (*self*) terbentuk dengan cara yang sama dengan objek lain—melalui "definisi" yang dibuat oleh orang lain.

Mekanisme di mana individu dapat melihat dirinya sebagai objek adalah pengambilan peran, yang melibatkan proses komunikasi, terutama dengan gerakan vokal atau ucapan (Komunikasi seperti itu harus melibatkan pengambilan peran). Hanya dengan mengambil peran orang lain, individu

dapat melihat dirinya sebagai objek. Berikut tahapan perkembangan diri yang terkait hubungan dengan memainkan peran:

1. Tahap persiapan

Tahap ini merupakan salah satu peniruan yang tidak berarti oleh bayi. Dengan kata lain, hanya imitasi dan mengikuti gerakan saja tanpa tahu apa yang dilakukan.

2. Tahap panggung bermain

Pada tahap ini terjadi permainan peran yang sebenarnya, di mana anak sudah mulai mengerti peran yang diikuti hanya saja masih acak dan belum bisa membuat sebuah konsep utama terhadap dirinya sendiri.

3. Tahap *game*

Ini adalah tahap "penyempurnaan" diri. Pada waktunya, anak menemukan dirinya dalam situasi di mana ia harus mengambil sejumlah peran secara bersamaan. Artinya, ia harus menanggapi harapan beberapa orang sekaligus. Setelah mencapai sudut pandang umum tersebut, individu dapat berperilaku dengan cara yang teratur dan konsisten. Dia dapat melihat dirinya dari sudut pandang yang konsisten.

Diri pada dasarnya adalah proses sosial dalam individu yang melibatkan dua fase yang dapat dibedakan secara analitis: "*I*" dan "*Me*". "*I*" adalah kecenderungan impulsif dari individual. Ini adalah aspek pengalaman manusia yang awal, spontan, tidak terorganisir. Oleh karena itu, hal tersebut merepresentasikan kecenderungan individu yang tidak terarah. "*Me*" mewakili orang lain yang tergabung dalam individu. Dengan demikian, ia terdiri dari sekumpulan sikap dan definisi yang terorganisir, pemahaman dan harapan atau sekadar makna umum bagi kelompok. Dalam situasi tertentu, "*Me*" terdiri dari orang lain secara general dan, sering kali, orang lain yang khusus.

Menurut Mead, diri sendiri adalah proses yang terus berlangsung yang menggabungkan konsep "*I*" atau saya dan "*me*" diri saya. Kita hanya mengetahui "*I*" itu sedikit karena "*I*" tidak dapat diprediksi dan diorganisir. Ketika kita sudah mengetahui "*I*", maka itu menjadi "*me*". Sedangkan "*me*"

dilihat sebagai objek, penggambaran diri sendiri seperti melihat melalui sudut pandang orang lain.

Setiap tindakan dimulai dalam bentuk "*I*" dan biasanya berakhir dalam bentuk "*Me*". Untuk "*I*" mewakili inisiasi tindakan sebelum berada di bawah kendali definisi atau harapan orang lain ("*Me*"). Dengan demikian, "*I*" memberikan dorongan, sedangkan "*Me*" memberi arah pada tindakan tersebut. Dengan demikian, perilaku manusia dapat dipandang sebagai serangkaian inisiasi tindakan yang terus-menerus oleh "*I*" dan tindakan yang mendukung tindakan tersebut (yaitu, penuntun tindakan) oleh "*Me*". Tindakan adalah hasil dari interaksi ini.

3. *Society*

Di dalam asosiasi manusia, situasinya berbeda secara fundamental. Dalam hal pergaulan manusia, situasinya pada dasarnya berbeda. Kerja sama manusia tidak disebabkan oleh faktor fisiologis belaka. Keanekaragaman pola kehidupan kelompok manusia membuat cukup jelas bahwa kehidupan kooperatif manusia tidak dapat dijelaskan dalam istilah yang sama seperti kehidupan kooperatif serangga dan hewan tingkat rendah. Fakta bahwa pola manusia tidak stabil dan tidak dapat dijelaskan dalam istilah biologis membuat Mead mencari dasar penjelasan lain tentang asosiasi manusia. Kerja sama semacam itu hanya dapat dilakukan melalui beberapa proses di mana: (a) setiap individu yang bertindak memastikan niat dari tindakan orang lain, dan kemudian (b) membuat tanggapannya sendiri berdasarkan niat itu. Artinya, agar manusia dapat bekerja sama, harus ada semacam mekanisme di mana setiap individu yang bertindak: (a) dapat memahami garis tindakan orang lain, dan (b) dapat membimbing perilakunya sendiri agar sesuai dengan garis tindakan tersebut. Perilaku manusia bukanlah soal menanggapi secara langsung aktivitas orang lain. Sebaliknya, itu melibatkan menanggapi niat orang lain, yaitu, untuk masa depan, perilaku yang dimaksudkan orang lain — bukan hanya tindakan mereka saat ini.

Oleh karena itu kita dapat lihat bahwa orang-orang merespon satu sama lain berdasarkan aktivitas imajinatif. Penyelesaian imajinatif dari suatu

tindakan—yang disebut Mead sebagai "makna" dan yang mewakili aktivitas mental—harus terjadi melalui pengambilan peran. Untuk menyelesaikan secara imajinatif tindakan total yang dilambangkan oleh gerakan, individu harus menempatkan dirinya pada posisi orang lain, harus mengidentifikasi dengan dia. Awal pengambilan peran yang paling awal terjadi ketika tindakan yang sudah berjalan dari individu lain dihentikan sebelum selesai, sehingga membutuhkan individu yang mengamati untuk mengisi, atau menyelesaikan, aktivitas secara imajinatif. Dengan kata lain, manusia menanggapi dirinya sendiri sebagaimana orang lain menanggapi, dan dengan demikian ia secara imajinatif berbagi perilaku orang lain. Artinya, dalam membayangkan respons mereka, dia membagikan respons itu.

Masyarakat kemudian terdiri dari individual, Mead berkata mengenai 2 bagian spesifik dari masyarakat yang melibatkan pikiran (*THE MIND*) dan diri sendiri (*THE SELF*). Pernyataan Mead mengenai seseorang yang lain merujuk pada individual di dalam masyarakat yang signifikan terhadap kita.

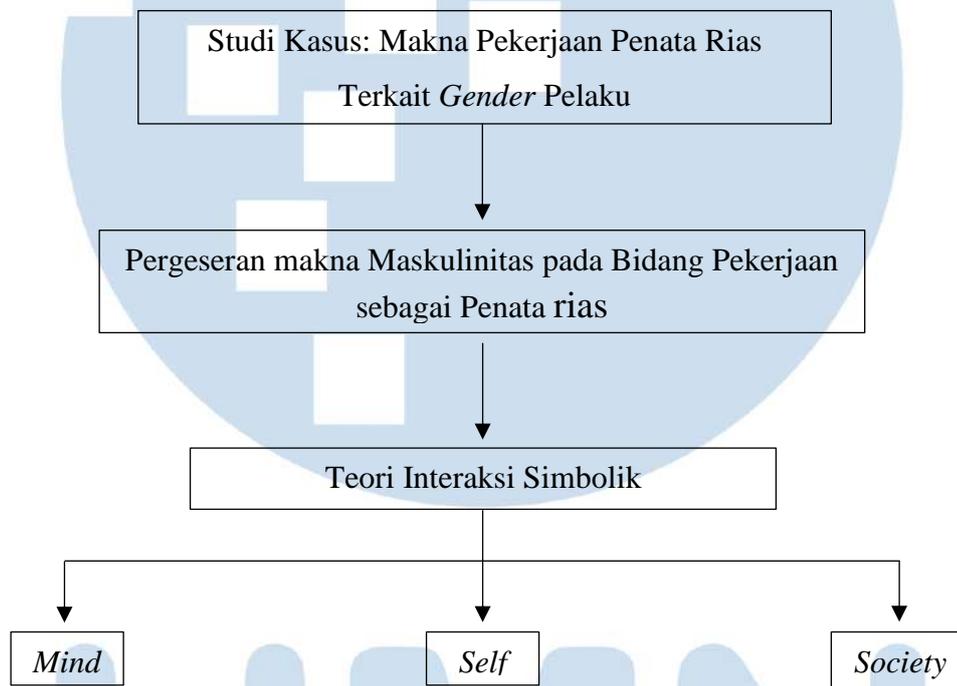
Orang lain secara general (*generalized other*) merujuk pada sudut pandang terhadap grup sosial atau kultur secara keseluruhan. *Generalized other* adalah gambaran mental seseorang mengenai dirinya berdasarkan harapan dan tanggapan masyarakat. Percakapan mental (*mental conversation*) penting karena *generalized other* merupakan sebuah kumpulan informasi yang dibawa seseorang di dalam pikiran mereka tentang bagaimana orang umum akan berperilaku. Kita melihat *generalized other* ini setiap kali kita ingin mencari tahu bagaimana cara untuk berperilaku baik atau untuk mengevaluasi perilaku kita di situasi sosial. Kita mengambil posisi atau peran orang secara umum dan memberikan makna ke diri kita sendiri dan aksi kita.

Untuk menyimpulkan, tidak ada yang namanya “diri saya” atau “me” ketika lahir. “Me” dibentuk melalui interaksi simbolik yang terus berlanjut, pertama melalui keluarga, kemudian teman bermain, kemudian institusi seperti sekolah. Seiring waktu *generalized other* ini dibangun, seseorang yang berada di dalam pikiran kita menjadi *partner* kita berbicara di dalam dialog batin dan setiap *generalized other* yang dimiliki orang tidak selalu sama,

tetapi dapat berubah di dalam suatu periode waktu. (Griffin, et. al, 2019, p. 60-61)

Teori Interaksi Simbolik ini dapat diterapkan ke dalam enam aplikasi, yaitu menciptakan realitas, penelitian yang berarti, *generalized other*, penamaan, *self-fulfilling prophecy* (nubuat yang dipenuhi sendiri), dan manipulasi simbol.

2.3 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti (2022)

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A