

BAB II

KERANGKA TEORI/ KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berangkat dari penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya mengenai *fandom*, dan pemaknaan maskulinitas. Penelitian ini diharapkan dapat menunjang penelitian terdahulu dan menyajikan perspektif yang baru terhadap konsep maskulinitas yang masih bervariasi di kalangan masyarakat.

Sebagian besar penelitian mengaitkan konsep maskulinitas dengan *fandom* dan hanya dua penelitian terdahulu yang mengkaji maskulinitas dari sudut pandang yang berbeda, yaitu jurnal dari Tanjung (2012) yang meneliti representasi maskulinitas dalam media dan jurnal dari Song & Velding (2020) yang mengkaji apakah maskulinitas anggota grup K-pop sejalan dengan norma gender yang lazim di masyarakat AS. Sementara melalui penelitian dari Junior (2019), peneliti mendapatkan pemahaman lebih seputar jenis *fandom* yang bervariasi dan tak hanya ada dalam budaya populer, yang dimaksud dalam kasus ini adalah *fandom* olahraga tinju. Namun, sebagian besar penelitian hanya membahas di permukaan bagaimana *fandom* K-pop dalam memaknai identitas mereka. Sedikit dari penelitian terdahulu yang meneliti secara spesifik pemaknaan maskulinitas *fandom* jika ditinjau dari gender dan musik dari grup yang mereka konsumsi.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memperkaya dan melengkapi penelitian terdahulu yang masih sangat minim membahas tentang proses pemaknaan maskulinitas dalam *fandom* K-pop. Penelitian dengan judul “Pemaknaan Maskulinitas Pada *Fanboy* K-pop (Studi Fenomenologi pada *Fanboy Boygroup* K-pop)” ini menggunakan pendekatan kualitatif dan mengaitkan konsep maskulinitas dengan studi tentang *Fandom*. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dan data akan dikumpulkan melalui *in-depth interview*. Penelitian ini memiliki unsur kebaruan yang dapat membedakannya dari penelitian sejenis terdahulu, yaitu spesifikasi objek penelitian dari segi gender dan musik dari grup yang mereka konsumsi. Penelitian ini juga ditulis dengan metode *Interpretative Phenomenology*

Analysis (IPA) mengingat tidak satupun penelitian terdahulu yang meneliti tentang maskulinitas dan *fandom* menggunakan metode fenomenologi. Penelitian ini fokus kepada penggemar laki-laki (*fanboy*) yang juga menggemari grup Kpop laki-laki. Masing-masing partisipan tergabung ke dalam *fandom boygroup* K-pop yang berbeda. Penelitian ini juga mengkaji *fanboy* di Indonesia dalam memaknai maskulinitas mereka di tengah norma gender yang berlaku di masyarakat.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	(Kuo, Garcia, Burke, Yamasaki, & Le, 2020)	(Song & Velding, 2020)	(Ainslie, 2017)	(Junior, 2019)
Judul Artikel	<i>Performance, Fantasy, or Narrative: LGBTQ+ Asian American Identity through K-pop Media and Fandom</i>	<i>Transnational Masculinity in the Eyes of Local Beholders? Young Americans' Perception of K-pop Masculinities</i>	<i>Korean Soft Masculinity vs. Malay Hegemony: Malaysian Masculinity and Hallyu Fandom</i>	<i>'Undisputed' racialised masculinities: boxing fandom, identity, and the cultural politics of masculinity</i>
Sumber Jurnal	<i>Journal of Homosexuality</i>	<i>Journal of Men's Studies</i>	<i>Korea Observer</i>	<i>Identities</i>
Tujuan	Untuk mengeksplor bagaimana 16 LGBTQ+ Asia-Amerika usia kuliah mengidentifikasi diri dengan K-pop dan merekonstruksi representasi untuk melindungi diri mereka dari pengaruh negatif seputar identitas mereka	Untuk menguji apakah persepsi individu muda Amerika tentang maskulinitas anggota band K-pop konsisten dengan norma gender yang lazim di masyarakat AS.	Untuk mengkaji tanggapan dari <i>fanboy</i> K-pop berbasis di Malaysia yang berpendapat bahwa model maskulinitas lembut dalam teks-teks ini memungkinkan laki-laki yang terpinggirkan oleh model maskulinitas hegemonik untuk membangun bentuk-bentuk baru identitas maskulin	Untuk meneliti bagaimana ras bersinggungan dengan maskulinitas, kelas, seksualitas, dan kebangsaan dan bagaimana konstruksi maskulinitas membentuk interaksi di antara pria penggemar olahraga tinju.
Konsep	<i>Grounded Theory (Glaser & Strauss, 1967)</i>	<i>Gender Schema Theory (Bem, 1981)</i>	<i>Hegemonic Masculinity (Connell, 2005)</i>	<i>Hegemonic Masculinity (Connell, 1997)</i>
Jenis Penelitian, Metode, Teknik Pengumpulan data	Kualitatif, Studi kasus, Wawancara	Kuantitatif, Survei	Kualitatif, Studi kasus, Wawancara semi-terstruktur	Kualitatif, Etnografi, Wawancara dan <i>Critical Discourse Analysis (CDA)</i>
Hasil dan Kesimpulan	K-pop dapat berfungsi sebagai bentuk perwakilan bagi LGBTQ+ Asia-Amerika yang menyediakan pemahaman terkait seksualitas, gender, dan identitas orang Asia.	Responden menganggap anggota <i>band</i> K-pop tidak terlalu maskulin atau feminin.	Sebagai akibat dari mengonsumsi hiburan yang berpusat pada perempuan, para pria Malaysia ini menjadi subyek pertanyaan tentang maskulinitas mereka serupa dengan yang dicatat oleh penelitian yang mendokumentasikan penggemar laki-laki dari teks berkode perempuan di masyarakat Barat, dan bahkan menyembunyikan fakta bahwa mereka tergabung dalam sebuah <i>fandom</i> .	Laki-laki dengan warna kulit berbeda menerapkan kode heteronormatif dan patriarki yang sesuai dalam leksikon femininitas dan nonheteroseksualitas untuk menegaskan perbedaan.

Nama Peneliti	(Lee, Lee, & Park, 2020)	(Putri & Savira, 2021)	(Jeanette, 2018)	(Tanjung, 2012)
Judul Artikel	Unpacking K-pop in America: The Subversive Potential of Male K-pop Idols' Soft Masculinity	Gambaran Citra Diri Fanboy K-POP (Sebuah Studi Kasus Pada Penggemar Laki-laki Musik Korea Dalam Komunitas Fandom)	Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS)	Pemakaian Maskulinitas pada Majalah Cosmopolitan Indonesia
Sumber Jurnal	International Journal of Communication 14 (2020)	Character: Jurnal Penelitian Psikologi, Volume 8 Nomor 6 Tahun 2021	Koneksi, Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 393-400	Jurnal Komunikasi Volume 6, Nomor 2, April 2012
Tujuan	Mengetahui bagaimana penggemar K-pop di Amerika menggambarkan maskulinitas yang diwakilkan oleh boyband Korea dan beserta responnya.	Memberikan gambaran mendalam mengenai bagaimana citra diri fanboy K-pop yang bergabung dengan beberapa komunitas fandom di Surabaya	Membahas perbedaan interaksi parasosial antara penggemar perempuan dan laki-laki terhadap BTS	Menjawab bagaimana makna maskulinitas pada laki-laki yang dideskripsikan majalah Cosmopolitan Indonesia edisi Agustus, September, Oktober dan Desember 2011.
Konsep	Konsep Stigma (Goffman, 1963)	Citra Diri (Soemirat & Ardianto, 2010)	Interaksi Parasosial (Pekka, dalam Setyanto, Winduwati dan Utami, 2017).	Hegemonic Masculinity (Connell, 2005)
Jenis Penelitian, Metode, Teknik Pengumpulan data	Kuantitatif, Focus Group Discussion	Kualitatif, Studi kasus, Wawancara semi-terstruktur	Kualitatif, Studi kasus, Wawancara mendalam dan observasi	Kualitatif, Studi kasus, Wawancara mendalam
Hasil dan Kesimpulan	Konsumsi K-pop masih menarik stigma karena posisi rasial yang sudah dilabel di Amerika yang memiliki stereotype tentang maskulinitas Asian	<i>Fandom</i> sebagai komunitas penggemar memberikan lingkungan yang positif untuk fanboy sehingga mereka merasa lebih nyaman dan bisa mengekspresikan diri sesuai dengan citra diri yang dimiliki	Respon <i>fangirl</i> terhadap segala sesuatu yang dilakukan BTS lebih impulsif. Di sisi lain, <i>fanboy</i> memaknai hubungannya dengan BTS secara rasional sehingga mereka mendukung namun memiliki batasan-batasan tertentu.	Cosmopolitan Indonesia menawarkan konsep tubuh laki-laki maskulin yang ideal secara homogen.

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2022

2.2 Konsep Pendukung

2.2.1 Budaya Maskulin

Dalam bukunya yang berjudul “*The Interpersonal Communication Book: Sixteenth Edition*”, DeVito yang mengutip Hofstede & Minkov (2010) menyebutkan bahwa sikap budaya terhadap peran gender merupakan konsep diri yang sangat penting, khususnya mengenai bagaimana seorang laki-laki dan perempuan seharusnya bertindak. Konsep ini kemudian secara populer diklasifikasikan dengan budaya maskulin dan feminin (DeVito, 2022).

Budaya maskulin digambarkan dengan perilaku yang agresif, kuat dan sukses secara materi. Sedangkan budaya feminin mencerminkan kerendahan hati, kepedulian terhadap hubungan dan kualitas hidup, serta kelembutan. Budaya maskulin kemudian menekankan kesuksesan dan mendorong ‘anggotanya’ untuk menjadi tegas, ambisius dan kompetitif. Mereka memiliki kecenderungan untuk menghadapi konflik yang memungkinkan mereka untuk menang dan memastikan lawan mereka kalah (strategi menang-kalah).

Indonesia secara dominan menerapkan maskulinitas hegemonik dan memandang *boygroup* K-pop tidak maskulin karena menaruh perhatian lebih terhadap riasan, gaya rambut dan tata busana yang eksploratif (Fitriyani, 2022). *Boygroup* K-pop dipandang sebagai “pretty boys” yang tidak memenuhi standar maskulinitas tradisional seperti dominasi, kekuatan, status, kekerasan, sifat agresif, keberanian dan kekuasaan (Sculos, 2017).

Makna maskulinitas kini telah berkembang melebihi hanya sekedar menjadi kuat dan menyukai hal yang tidak terkesan lembut. K-pop sebagai budaya populer yang dominan di Asia Timur, telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendefinisikan kembali konsep maskulinitas di Asia. Istilah ‘*soft masculinity*’ merupakan konstruksi alternatif dari karakter laki-laki, sebagian besar berasal dari musik dan film yang menghadirkan model maskulinitas dan hubungan gender yang

ramah bagi perempuan dan dinilai layak untuk masyarakat global masa kini (Ainslie, 2017).

Soft masculinity ini bertentangan dengan maskulinitas hegemonik di Indonesia yang mengesahkan adanya dominasi laki-laki terhadap perempuan dan laki-laki yang kurang memenuhi standar maskulinitas tradisional. Hal ini dijelaskan oleh Kupers (2005) sebagai *Toxic Masculinity* yang berarti sekumpulan ciri laki-laki yang mundur secara sosial, di antaranya adalah memeluk dominasi, merendahkan perempuan, homophobia, dan kekerasan yang nakal. Konsep ini kemudian dijelaskan secara lebih umum oleh Sculos (2017) sebagai dampak negatif dari sikap yang secara berlebihan menjunjung tinggi kejantanan seperti dominasi, kekuatan, status, kekerasan, sifat agresif, keberanian dan kekuasaan.

Ekspektasi gender yang tradisional bagi seorang laki-laki adalah mereka harus teguh, kuat (secara fisik dan mental), serta tidak menunjukkan tanda kelemahan dan emosi, contohnya adalah menangis di depan umum. Laki-laki juga diharapkan memiliki fisik yang lebih besar dari perempuan baik dari segi tinggi badan maupun massa otot. Hal yang paling ditakutkan adalah ketika 'laki-laki tidak akan dipandang sebagai laki-laki apabila mereka terpapar secara berlebihan dengan hal-hal yang non-maskulin' (Wikström, 2019). Ekspektasi inilah yang kemudian dipandang sebagai standar dalam masyarakat untuk menilai maskulinitas seorang laki-laki.

Jika seorang laki-laki cenderung bersikap lembut, ia dapat dikatakan sebagai 'seperti perempuan'. Secara keseluruhan, masyarakat dapat lebih menoleransi perempuan yang maskulin daripada laki-laki feminin karena laki-laki biasa dipandang sebagai gender yang lebih penting. Laki-laki yang kurang maskulin, atau memiliki sikap feminin yang lebih menonjol, akan kehilangan status sosial dan dilihat pantas menjadi bahan ejekan (Bullough, 2019).

2.2.2 *Fandom*

Reyes et al. (2016) menjelaskan *fandom* sebagai sebuah komunitas terorganisir yang beranggotakan orang-orang dengan pola pikir yang sama dan bersatu dalam pengabdian mereka terhadap selebriti. Anggota dari *fandom* ini memiliki kegiatan yang bervariasi mulai dari mencari informasi tentang idola mereka hingga menjadi tempat komunikasi individu dengan minat serupa.

2.2.3 Perbedaan *boygroup* dan *boyband*

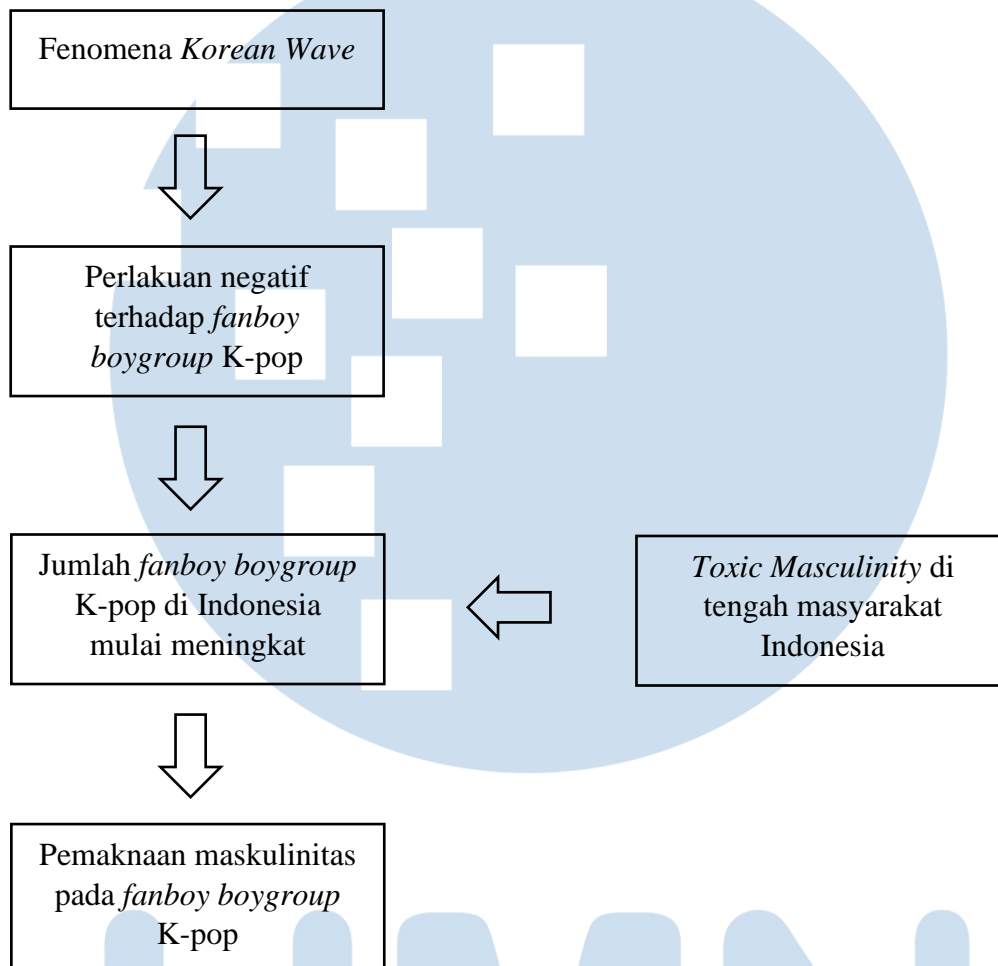
Istilah *boygroup* dan *boyband* sering kali dianggap memiliki definisi yang serupa oleh masyarakat Indonesia, padahal keduanya memiliki cakupan yang cukup berbeda.

Boygroup mencakup industri hiburan yang lebih umum/luas dan tidak harus di bidang musik sedangkan *boyband* sudah pasti hanya mencakup dunia musik (Sairyne, 2013). Sebagai contoh, istilah *boygroup* lebih banyak digunakan di Korea dan Jepang karena kebanyakan anggota dari *boygroup* memiliki aktivitas lain di luar musik seperti bermain film dan menjadi model.



2.3 Alur Penelitian

Penelitian ini memiliki alur penelitian sebagai berikut.



Gambar 2.1. Alur Penelitian