

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan tiga jurnal penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan pertimbangan dalam menyusun penelitian ini. Penelitian terdahulu ini digunakan agar peneliti dapat menemukan temuan baru yang dapat disusun dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang pertama bertujuan untuk menganalisis sudut pandang gen Y dalam melihat konsep *soft masculinity* yang di mana bertentangan dengan hegemoni maskulinitas di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif dan dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam semi terstruktur kepada delapan informan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa melalui proses konstruksi sosial media massa, kedelapan informan menerima konsep *soft masculinity* tersebut (Fauzi, 2021).

Penelitian terdahulu yang kedua bertujuan untuk mendeskripsikan resepsi penonton wanita dari karakter utama Ji Sun Woo dalam drama korea berjudul *The World of the Married*. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam kepada tiga informan. Hasil penelitiannya didapatkan bahwa pemaknaan karakter Ji Sun Woo, usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman sangat mempengaruhi cara informan memberikan makna kepada karakter tersebut (Soe'oad & Maring, 2020).

Penelitian terdahulu yang terakhir bertujuan untuk melihat respon masyarakat Palembang tentang eksistensi drama korea dibanding drama lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa survei. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi drama korea dibandingkan drama lokal sangat berdampak bagi warga Indonesia. Antara sinetron Indonesia dan drama Korea ada kesamaan. Keduanya

bisa membuat penikmatnya menunggu episode selanjutnya dan terbawa emosi. Tetapi sangat disayangkan bahwa penonton sinetron Indonesia yang sebegitu banyaknya tidak disugahi tontonan yang mengedukasi (Wahyuni et al., 2022).

Persamaan antara ketiga penelitian terdahulu ini adalah sama - sama membahas bentuk produk *Korean Wave*. Yang menjadi pembeda antara ketiga penelitian terdahulu ini terdapat pada tujuan dan metode yang ada. Pada penelitian Eka Perwitasari Fauzi (2021) memiliki fokus pada konstruksi sosial informan terhadap konsep *soft masculinity* di mana penelitian dilakukan dengan menggunakan metode fenomenologi. Penelitian miik Destaria Verani Soe' oed dan Prudensius Maring (2020) juga membahas produk dari *Korean Wave* yaitu drama Korea namun dengan fokus berbeda yang dapat dilihat dari metode yang digunakan yakni analisis resepsi terhadap suatu karakter yang ada dalam drama Korea. Penelitian yang ketiga milik Ria Sri Wahyuni, Missriani dan Yessi Fitriani (2022) lebih fokus membahas tentang dominasi eksistensi drama Korea itu sendiri dibandingkan dengan drama lokal.

Ketiga penelitian terdahulu ini membantu peneliti dalam menentukan topik yang akan dibahas dengan melihat referensi teori dan konsep yang digunakan pada penelitian terdahulu sebagai acuan bagi peneliti untuk dapat menjelaskan teori dan konsep yang peneliti gunakan pada penelitian ini. Pertama, peneliti akan mengangkat konsep *soft masculinity* seperti pada penelitian terdahulu yang pertama. Kedua, peneliti hendak mengetahui bagaimana penerimaan khalayak yang adalah penonton drama Korea "*Hometown Cha Cha Cha*" terhadap mengenai *soft masculinity* dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall seperti pada penelitian terdahulu yang kedua. Ketiga, peneliti juga akan menggali latar belakanginforman sebagai penikmat drama Korea guna menganalisis alasan dibalik pemaknaan yang informan berikan.

Penelitian terdahulu yang pertama menggunakan metode fenomenologi menganalisis sudut pandang Generasi Y dalam memandang konsep *soft masculinity* yang bertentangan dengan hegemoni maskulinitas di Indonesia. Sedangkan

penelitian yang dilakukan peneliti akan mengetahui penerimaan khalayak yang adalah penggemar drama Korea yang dibagi menjadi 3 posisi *decoding* serta menganalisis faktor yang mempengaruhi penerimaan khalayak. Selain itu, meskipun sama - sama menggunakan metode resepsi dalam menganalisis suatu karakter dalam drama Korea, penelitian yang akan dilakukan peneliti akan menggunakan dukungan konsep *soft masculinity* dalam menyampaikan *encoding* pada karakter yang ada. Penelitian terdahulu kedua menganalisis resepsi pada khalayak perempuan saja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti juga menganalisis khalayak pria, karena peneliti melihat bahwa penggemar drama Korea bukan hanya perempuan namun juga pria. Perbedaan penelitian terdahulu yang ketiga dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terdapat pada metode yang digunakan.

Baik penelitian terdahulu pertama, kedua, ketiga, dan penelitian yang dilakukan peneliti sama - sama membahas bentuk produk dari *Korean Wave*. Namun, yang menjadi keunikan pada penelitian ini adalah peneliti menggabungkan konsep dan teori yang ada pada penelitian terdahulu pertama sampai ketiga dengan rincian konsep *soft masculinity* pada penelitian pertama yang akan peneliti gunakan sebagai konsep yang akan dianalisis informan terhadap mengenai *soft masculinity* dalam drama Korea “*Hometown Cha Cha Cha*”, teori resepsi Stuart Hall pada penelitian kedua sebagai metode yang peneliti gunakan untuk melihat penerimaan khalayak terhadap mengenai *soft masculinity* , dan menggali latar belakang informan sebagai penikmat drama Korea dengan dukungan konsep drama Korea sebagai bentuk produk *Korean Wave* yang juga akan mempengaruhi penerimaan informan terhadap mengenai *soft masculinity* dalam drama Korea “*Hometown Cha Cha Cha*”.

	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3

Peneliti	Eka Perwitasari Fauzi	Destaria Verani Soe'oed dan Prudensius Maring	Ria Sri Wahyuni, Missriani dan Yessi Fitriani
Judul	Konstruksi Sosial <i>Soft masculinity</i> dalam Budaya Pop Korea	Resepsi Khalayak Wanita atas Karakter Ji Sun Woo dalam Drama Korea <i>The World of the Married</i>	Dominasi Eksistensi Drama Korea dibanding Drama Lokal
Tujuan	Menganalisis sudut pandang Generasi Y dalam memandang konsep <i>soft masculinity</i> yang bertentangan dengan hegemoni	Mendeskripsikan resepsi penonton wanita dari karakter utama Ji Sun Woo dalam drama korea berjudul <i>The</i>	Melihat respon masyarakat Palembang tentang eksistensi drama korea dibanding drama lokal.

	maskulinitas di Indonesia.	<i>World of the Married</i>	
Metode	Fenomenologi dengan pendekatan kualitatif	Kualitatif dengan metode analisis Resepsi	Kualitatif dengan metode analisis deskriptif
Teknik Pengumpulan Data	Wawancara mendalam semi terstruktur dengan delapan informan.	Wawancara mendalam	Survei
Hasil Penelitian	Menunjukkan bahwa delapan informan menerima konsep <i>soft masculinity</i> melalui proses konstruksi sosial media massa.	Pemaknaan karakter Ji Sun Woo, usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman sangat mempengaruhi cara informan	Eksistensi drama korea dibandingkan drama lokal sangat berdampak bagi warga Indonesia. Antara sinetron Indonesia dan drama Korea

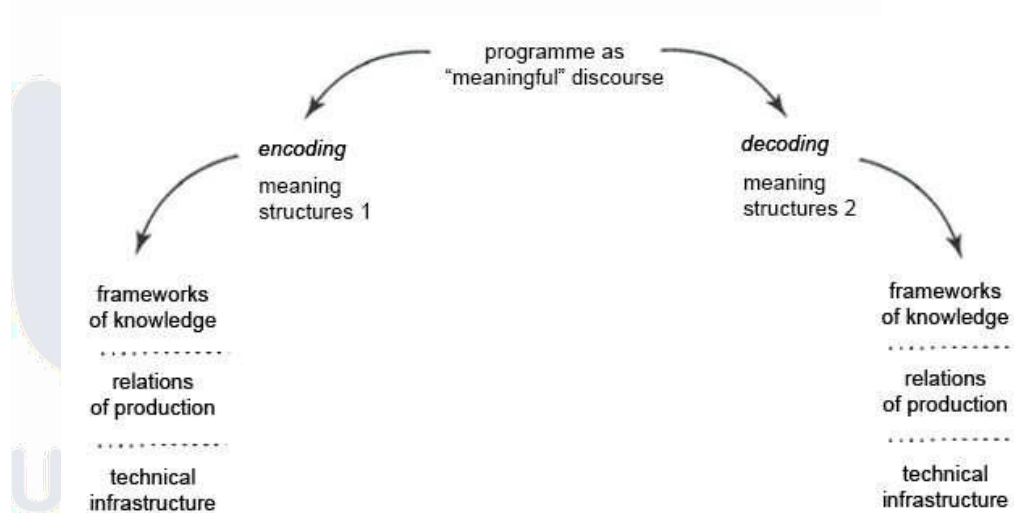
		memberikan makna kepada karakter tersebut	ada kesamaan. Keduanya bisa membuat penikmatnya menunggu episode selanjutnya dan terbawa emosi. Tetapi sangat disayangkan bahwa penonton sinetron Indonesia yang sebegitu banyaknya tidak disuguhi tontonan yang mengedukasi.
Referensi	Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 19, No. 1 (2021)	Jurnal WARTA Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol 3(2), (2020)	Jurnal PEMBAHSI (Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia), Vol. 12 No. 2 (2022)
Index Jurnal	SINTA 2	SINTA 4	SINTA 5

2.2 Teori dan Konsep yang digunakan

2.2.1 Teori Resepsi Stuart Hall

Berawal dari pertanyaannya untuk mempelajari seluruh proses komunikasi massa, Stuart Hall kemudian mencetuskan teori resepsi *encoding - decoding* yang merupakan teori dengan berfokus kepada penerimaan khalayak terhadap apa yang didapat dari media. Teori *encoding decoding* melihat struktur produksi dari suatu pesan hingga ke persepsi audiens akan pesan yang disampaikan oleh tim produksi (Hall, 2019, p. 258).

Menurut Hall, tim produksi sebagai *encoder* adalah yang memulai atau membuat pesan. Bentuk pesan ini merupakan peristiwa atau wacana bermakna yang ingin disampaikan ke audiens sebagai *decoder* (Hall, 2019, p. 259). Kemudian, audiens sebagai *decoder* akan menerima pesan tersebut dan memaknainya dengan faktor – faktor yang mempengaruhi penerimaannya. (Hall, 2019, p. 260).



Gambar 2.1 Model Encoding Decoding

Sumber : Media-Studies.com

Dalam bagan di atas, terdapat dua struktur makna pada proses *encoding decoding* Stuart Hall yang juga dipengaruhi oleh faktor *frameworks of knowledge*, *relations of production*, dan *technical infrastructure*. Pada struktur makna 1, teori resepsi Stuart Hall melihat bahwa pesan yang dikodekan akan dipengaruhi oleh proses produksi. Hal ini terlihat dari faktor *technical infrastructure* yang mana melihat infrastruktur besar pada proses produksi untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan oleh tim produksi seperti kamera, latar tempat dan suasana, studio, pencahayaan, dan lain – lain. Pada faktor *relations of production* terdapat dari sisi kru yang terlibat, mulai dari produser, editor, teknisi lain yang membantu proses produksi suatu program televisi (Media-Studies.com, 2023).

Pada struktur makna 2 melihat bagaimana audiens kemudian menafsirkan pesan yang disampaikan oleh tim produksi pada suatu program televisi. Faktor *framework of knowledge* akan terlihat pada sisi audiens. Audiens memiliki kerangka pengetahuannya sendiri dan berbeda – beda yang akan mempengaruhi pemaknaan mereka pada suatu pesan dalam program televisi. Hall juga mengakui kurangnya simetri antara bagaimana tim produksi sebagai sumber memahami tanda dibandingkan dengan bagaimana audiens sebagai peneriman menafsirkan bentuk (Media-Studies.com, 2023).

Stuart Hall mengklasifikasi posisi penonton dari proses *decoding*. Hall percaya bahwa setiap orang akan memiliki interpretasi mereka sendiri tentang pesan yang disampaikan oleh program televisi. Audiens memecahkan makna melalui kerangka pengetahuan mereka sendiri sehingga Hall menawarkan tiga posisi *decoding* hipotesis untuk menggambarkan berbagai kemungkinan hipotesis ini (Media-Studies.com, 2023). Ketiga posisi yang dimaksud ialah menjadi berikut (Hall, 2019, p. 272):

1. *Dominant-hegemonic position*

Pada posisi ini, khalayak memahami dan menerima pesan yang disampaikan secara penuh dan lurus atau sejalan dengan *encoder*. Khalayak menerima pesan yang disampaikan sejalan dengan kode budaya dominan seperti nilai, asumsi, dan

keyakinan yang ada di masyarakat.

2. *Negotiated position*

Pada posisi ini, khalayak menerima pesan dalam versi negosiasi (adaptif dan oposisi). Di awal mereka berada pada posisi hegemonik, namun pada tingkat yang lebih terbatas atau situasional, mereka membuat dasar pemikirannya sendiri. Dapat dikatakan khalayak dalam posisi ini menerima pesan yang disampaikan namun menaruh batasan pada situasi tertentu berdasarkan latar belakang atau pemahaman yang dimiliki.

3. *Oppositional Position*

Pada posisi ini, khalayak benar - benar menolak makna pesan yang disampaikan oleh *encoder*. Mereka memahami pesan yang disampaikan oleh *encoder*, namun memaknai pesan tersebut dengan cara berpikir mereka sendiri. Penolakan ini biasanya terjadi pada khalayak yang kritis sehingga mereka kode pesan dengan cara yang berlawanan dengan beberapa kerangka referensi alternatif.

2.2.2 **Maskulinitas dan *Soft masculinity***

Gender adalah sikap, keyakinan, nilai, dan cara berkomunikasi serta berhubungan antara satu sama lain yang dipelajari oleh anak laki-laki dan perempuan ketika mereka tumbuh dewasa. Konsep tersebut dikenal sebagai budaya maskulin dan feminin (DeVito, 2016, p. 53) Hal ini diungkapkan oleh De Vito dalam bukunya yang berjudul "*The Interpersonal Communication Book: Fourteenth Edition*". Budaya maskulin dan feminin mengajarkan tentang bagaimana seharusnya pria dan wanita bertindak. Dalam bukunya, DeVito mengutip Hofstede, & Minkov (2010) bahwasanya hal yang paling penting dalam konsep diri adalah sikap budaya terhadap peran gender (DeVito, 2016, p. 61).

Ciri dari budaya maskulin adalah menghargai agresivitas, kesuksesan materi, dan kekuatan sedangkan budaya feminin menghargai kesopanan, kepedulian terhadap hubungan dan kualitas hidup, serta kelembutan. Budaya maskulin lebih menekankan kepada kesuksesan dan mensosialisasikan anggotanya untuk menjadi tegas, ambisius, dan kompetitif. Budaya feminin lebih menekankan kepada kualitas

hidup dan mensosialisasikan anggotanya untuk menjadi rendah hati dan menonjolkan hubungan interpersonal yang dekat (DeVito, 2016, p. 61). Ketika dihadapkan pada suatu konflik, kelompok maskulin akan cenderung bersifat kompetitif dengan dengan menghadapinya secara langsung dan melawan perbedaan dengan memastikan bahwa mereka akan menang dan pihak lain kalah (strategi menang – kalah), sedangkan budaya feminin akan cenderung memanfaatkan kompromi dan negosiasi dalam menyelesaikan konflik dengan mencari solusi agar kedua belah pihak menang (strategi menang – menang) (DeVito, 2016, p. 61).

Connell (2005) mengungkapkan bahwa Maskulinitas hegemoni adalah perilaku laki – laki yang ideal dalam masyarakat dan umumnya dirancang untuk membenarkan dominasi laki-laki atas perempuan, sehingga memvalidasi budaya sosial patriarki (Ainslie, 2017). Namun, berkat hadirnya budaya Korea dalam fenomena *Korean Wave* yang dominan di negara – negara kawasan Asia Timur, muncul makna maskulinitas baru yakni maskulinitas lembut atau biasa dikenal dengan *soft masculinity*. *Soft masculinity* merupakan bentuk konstruksi alternatif laki – laki yang kebanyakan dari musik dan film, menghadirkan model maskulinitas dan relasi gender yang ramah bagi perempuan dan dianggap sesuai untuk masyarakat global saat ini (Ainslie, 2017, p. 610).

Pada tahun 2002 terdapat sebuah drama Korea berjudul “*Winter Sonata*” yang diperankan oleh aktor Bae Yong Joon. Berdasarkan hasil pemeriksaan pandangan penggemar terhadap karakter aktor Bae Yong Joon yang berperan sebagai Jun Sang dalam drama Korea “*Winter Sonata*”, terungkaplah Song Jung sebagai orang yang lembut dan maskulin. Bae Yong Joon memiliki pesona tersendiri, yang ia gambarkan sebagai maskulinitas lembut.

Terdapat tiga hal yang menjadi karakteristik *soft masculinity* diantaranya adalah *tender charisma*, *purity*, dan *politeness*.

1. *Tender charisma* yang dimiliki Jun Sang dalam drama “*Winter Sonata*” berbeda dengan karakter pria pada umumnya, karisma lembut Bae Yong-joon sama dengan pria yang tidak terlalu feminin. Dia baik, dan menawan namun juga memiliki watak yang tegas. Hal ini menggambarkan karisma

lembut sebagai maskulinitas netral.

2. Karakteristik kedua adalah *purity*. *Purity* menunjukkan representasi ideal dari “*pure*” yang adalah ketulusan atau kepolosan dan keluguan dari mencintai dengan apa adanya kepada pasangan maupun sesama. Melalui karakter ini, penonton juga diingatkan dengan cinta pertama di masa muda.
3. Yang ketiga adalah *politeness*. *Politeness* menggambarkan sifat yang baik dan bijaksana. Seorang laki – laki yang bersikap santun, perhatian, dan selalu menunjukkan ketertarikan pada pasangannya. Bae Yong Joon selaku aktor drama “*Winter Sonata*” menunjukkan karakter *politeness* ini dengan sikap yang sangat sopan dan perhatian. Ini terlihat dari cara Bae Yong Joon memperlakukan penggemarnya sebagai bagian dari keluarganya (Jung, 2011, p. 51).

Adanya bentuk *soft masculinity* yang tak sepaham dengan pandangan maskulinitas hegemoni membuat banyak masyarakat dengan pandangan maskulinitas hegemoni menunjukkan sikap *toxic masculinity*. *Toxic masculinity* adalah karakter laki-laki yang regresif secara sosial yang gemar mendorong dominasi, merendahkan perempuan, homophobia, dan kekerasan (Sculos, 2017).

2.2.3 Drama Korea (*Korean Wave*)

Produk dari *Korean wave* atau lebih dikenal dengan gelombang Korea memang bermacam – macam, salah satu yang paling berpengaruh adalah KPop. Namun, drama Korea juga merupakan salah satu produk pendorong besarnya penyebaran gelombang Korea di banyak negara. Sebuah kesuksesan melihat negara kecil berhasil membuat drama yang melampaui hambatan bahasa dan budaya dengan melintasi Samudra Pasifik dan Atlantik, memengaruhi kehidupan di Amerika, Eropa, Afrika, dan di tempat lain (Korean Culture and Information Service, 2016, p. 73).

Drama Korea dikemas dengan emosi yang kuat sehingga banyak pengamat yang mengaitkannya dengan peningkatan jumlah penggemar di seluruh dunia (Korean Culture and Information Service, 2016, p. 72). Tema yang diberikan dalam

drama Korea juga beragam, dimulai dari tema keluarga, romansa, persahabatan, seni bela diri, perang, dan bisnis. Drama Korea juga mampu mengekspresikan hubungan cinta dengan cara yang lebih lembut, bermakna, dan emosional daripada sensual.

Cara mereka mengekspresikan dan menggambarkan hubungan cinta inilah yang menjadi sumber utama kesenangan populer dari drama Korea, serta bagaimana dramatisasi mereka tentang “sensibilitas Asia”, termasuk nilai-nilai keluarga dan kehalusan emosi tradisional yang dianut dengan hangat oleh pemirsa lintas generasi di negara-negara Asia (Korean Culture and Information Service, 2016, p. 72).

Drama Korea mulai tersebar di Indonesia pada tahun 2002, tepatnya saat momentum Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Saat itu, drama Korea yang pertama kali ditayangkan di stasiun TV Indonesia adalah *Mother's Sea* pada 26 Maret 2002 di Trans TV kemudian disusul oleh drama *Endless Love* pada 1 Juli 2002 di Indosiar (Putri, Liany, & Nuraeni Reni, 2019, p. 69). Meskipun tidak sebesar drama *Winter Sonata* yang tayang pada Juli 2002 di Indosiar, namun drama – drama inilah yang memulai penyebaran budaya Korea lewat drama Korea di Indonesia. *Rating* yang tinggi pada drama Korea menjadi faktor utama drama - drama Korea terus ditayangkan di Indonesia (Putri, Liany, & Nuraeni Reni, 2019, p. 70). Tayangan drama Korea juga membawa pengaruhnya sendiri di pasar Indonesia, seperti misalnya produksi serial drama Korea Selatan yang menjadi acuan produksi sinetron di Indonesia (Putri, Liany, & Nuraeni Reni, 2019, p. 71).

Dalam artikel di *Republika* berjudul *Mengapa Drama Korea dan Idola K-Pop Kian Populer di Indonesia?*, Andrew Eungi Kim, Profesor Studi Internasional di Korea University mengungkapkan bahwa popularitas para bintang K-Pop dan drakor tidak lepas dari para penggemar. Penggemar mendukung kegiatan idola mereka dengan membeli CD, menonton karya idolanya di berbagai platform. Salah satu efek dari demam Korea di Indonesia sendiri adalah ketertarikan para penggemarnya untuk belajar bahasa Korea, bahkan melanjutkan studinya ke Korea Selatan. Dapat disimpulkan bahwa drama Korea dan K-Pop sebagai bentuk produk gelombang Korea menjadi pintu untuk mempelajari budaya Korea (Azizah, 2022).

2.3 Alur Penelitian

