

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian menjadi hal yang sangat penting dalam panduan penulisan penelitian. Penelitian terdahulu memperlihatkan penelitian yang serupa guna mengembangkan konsep, teori, maupun keterbaharuan dalam penelitian yang dilakukan. Panduan yang diberikan oleh penelitian terdahulu dapat menjadi pedoman dalam penulisan dengan mengonstruksi persamaan dan perbedaan dalam jurnal. Selain itu, jurnal penelitian terdahulu akan memperkaya penelitian dengan cara melengkapi, mengkritisi, dan memvalidasi penelitian.

Peneliti menemukan beberapa jurnal terdahulu yang dinilai memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Jurnal terdahulu pertama yang berjudul “stigma media terhadap *fandom* perempuan dalam pemberitaan penggemar *K-pop* (Silfia & Kurniawan, 2022) memiliki persamaan dan perbedaan dalam beberapa konsep dan metode yang digunakan. Jurnal ini mengangkat stigma negatif yang dialami oleh penggemar *K-pop* perempuan dalam media pemberitaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penggunaan bahasa dan diksi menjadi penanda utama adanya diskriminasi penggemar perempuan. Selain itu, perbedaan menunjukkan metode yang digunakan dalam penelitian adalah wacana kritis yang menitikberatkan kepada subjektivitas secara mendalam.

Jurnal terdahulu kedua berjudul “Analisis resepsi mahasiswa magister ilmu komunikasi UNISBA terhadap video ‘mendebat si pawang hujan’” (Sari, 2022) yang memiliki fokus penelitian terhadap menganalisis proses penerimaan dan pemaknaan pesan dengan menyaksikan tayangan podcast. Dalam penelitian yang dilakukan, terdapat 3 kategori posisi yang menjadi kesamaan dalam penelitian yaitu *Dominant*, *Negotiated*, dan *Oppositional* position. Sedangkan perbedaan terletak dalam isi konten podcast yang tidak ada terkait gender tertentu.

Pada jurnal terdahulu ketiga yang berjudul “Resepsi Generasi Z mengenai bahasa kasar dalam podcast Jakarta bersama bayem sore” (Mindaini & Sudradjat, 2025) memperlihatkan perbedaan dengan menggunakan metode studi kasus untuk memahami permasalahan tertentu secara detail dan menyeluruh. Dalam temuan penelitian terdahulu ini, *dominant and negotiated* position menjadi sebuah langkah normalisasi terhadap penggunaan bahasa kasar sebagai upaya branding. Hal ini dapat menjadi keterbaharuan dalam menganalisis proses pemaknaan pesan dalam teori Stuart Hall.

Adapun jurnal terdahulu keempat yang berjudul “Analisis Podcast *Closed The Door* tentang pelanggaran etika episode *catheez*” (Syaefulloh et al., 2024) yang memberikan sebuah pemahaman baru dari metode penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini, terlihat bahwa podcast “*Close the Door*” adalah milik Deddy Corbuzier yang tersebar melalui media kanal youtube. Dalam konten episode *catheez*, memperlihatkan bagaimana dalam podcast Deddy Corbuzier menggunakan bahasa dan gaya bicara yang menyinggung gender sehingga meruntuhkan nilai norma sosial tertentu. Hal ini sejalan dengan penelitian yang peneliti lakukan dan perbedaan terletak di dalam teknik analisis yang dilakukan yaitu teknik analisis wacana yang menggunakan bahasa dan teks untuk mengungkapkan makna dan relasi kuasa.

Pada jurnal terdahulu kelima berjudul “Analisis resepsi pengguna twitter terhadap Fan war ‘*safa space*’” (Lestari & Kusuma, 2023) mengungkapkan kemampuan penggemar yang membentuk sebuah forum diskusi dalam media sosial yang memperlakukan tindakan seorang penggemar terhadap idolanya. Lontaran *hate speech* yang dilakukan oleh seorang penggemar terhadap salah satu member membuat amarah penggemar lainnya membuka aksi permohonan maaf secara paksa terhadap penggemar bersangkutan. Kehebohan ini terjadi dalam media sosial yang menimbulkan beragamnya pemaknaan pesan khalayak yang menyaksikan permasalahan tersebut. Persamaan terletak kepada teknik analisis resepsi yang digunakan sedangkan perbedaan mengacu kepada permasalahan terjadi antar

penggemar yang memberikan refleksi tentang penggemar *K-pop* perempuan dalam lingkup media sosial.

Adapun jurnal internasional yang digunakan sebagai penelitian terdahulu guna memperjelas hubungan pemaknaan gender perempuan secara umum. Jurnal yang berjudul “*Hostile and benevolent sexism: The differential roles of human supremacy beliefs, women’s connection to nature, and the dehumanization of women*” (Salmen & Dhont, 2021) memperlihatkan tentang pemaknaan perempuan secara kedudukan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu seperti keyakinan supremasi, koneksi emosional dengan alam dan dehumanisasi. Secara garis besar, latar belakang bagaimana cara kita melihat perempuan sebagai seorang manusia terlihat dari teori *ambivalent sexism*, yang mengungkapkan posisi seksisme bermusuhan yang dipengaruhi kuat oleh keyakinan supremasi dan dehumanisasi, serta posisi seksisme *benevolent* yang memandang perempuan membutuhkan perlindungan layaknya koneksi dengan alam. Kedua makna ini memberikan pengertian perempuan adalah gender yang tidak memiliki kekuatan dan lemah, sehingga ketergantungan menjadi faktor kemunculan sifat aktif yang dimaksudkan dalam konteks penggemar.

Berdasarkan jurnal terdahulu yang telah diuraikan, keterbaruan dalam penelitian ditunjukkan dari penggunaan teori analisis resepsi dengan mengangkat isu penggemar perempuan di media sosial. Persamaan dalam jurnal terdahulu mengangkat isu feminisme dalam artikel online dan penggemar dalam Twitter. Sedangkan penjelasan tentang penggemar perempuan dalam bentuk podcast belum terlampir dalam jurnal terdahulu sehingga penulis akan memberikan penjelasan untuk memperkuat tujuan penelitian. Keterkaitan teori analisis resepsi dengan mengangkat isu penggemar *Hallyu* perempuan melalui podcast akan menampilkan pemaknaan pesan yang beragam dan menggali wawasan audiens terkait penggemar *Hallyu* perempuan.

Berikut adalah tabel jurnal penelitian terdahulu yang telah disusun dalam bentuk tabel secara terstruktur untuk menjelaskan persamaan, perbedaan, dan hasil penelitian yang ada.

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	<b>Judul Artikel Ilmiah</b>	Stigma Media terhadap Fandom Perempuan dalam Pemberitaan Penggemar Pop	Analisis Resepsi Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UNISBA terhadap video “Mendebat si Pawang Hujan”	Resepsi Generasi Z Mengenai Bahasa Kasar Dalam Podcast Jakarta Keras Bersama Bayem Sore	Analisis <i>Podcast Close the Door</i> Tentang Pelanggaran Etika Episode Catheez	Analisis Resepsi Pengguna Twitter terhadap Fan war “Safa Space”	Hostile and benevolent sexism: The differential roles of human supremacy beliefs, women’s connection to nature, and the dehumanization of women
2.	<b>Nama Lengkap Peneliti,</b>	Imamatul Silfia dan Rizaludin Kurniawan,	Mira Kumala Sari dan Sandi Ibrahim Abdullah, 2022,	Vera Mulathofah Mindaini dan Ratih Hasanah	Iqbal Syaefulloh, Elsa Melinda, Raden Arla	Andriyana Eka lestari dan Rina Sari Kusuma,	Alina Salmen and Kristof

<b>Tahun Terbit, dan Penerbit</b>	2022, Jurnal Komunikasi	Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi	Sudrajat, 2025, Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi	Samuel Tulus, Ahmad Alfa, Raihan Firdaus, 2024, RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan	2023, Jurnal Audiens	Dhont, 2021, SAGE Journals
<b>3. Fokus Penelitian</b>	Menganalisis stigmatisasi fandom perempuan penggemar K-Pop	Menganalisis posisi penerimaan dan pemaknaan khalayak mengenai konten podcast deddy corbuzier	Menganalisis posisi penerimaan dan pemaknaan khalayak mengenai penggunaan bahasa kasar dalam konten podcast	Menganalisis kemungkinan pelanggaran etika feminisme dalam podcast deddy corbuzier	Menganalisis pemahaman khalayak terhadap perseteruan antar penggemar melalui kanal twitter “ <i>safa space</i> ”	Menganalisis keterkaitan keyakinan manusia, hubungan emosional perempuan dengan alam serta dehumanisasi perempuan berkaitan dengan sikap

							seseorang dalam <i>ambivalent</i> seksisme
<b>4. Teori</b>	Wacana Sara Mills, Fandom, Diskriminasi gender	Teori Stuart Hall ( <i>Encoding-Decoding</i> )	Teori Stuart Hall ( <i>Encoding-Decoding</i> )	Teori Wacana Feminisme	Teori Resepsi Khalayak Stuart Hall		<i>Ambivalent sexism (Glick &amp; Fiske)</i>
<b>5. Metode Penelitian</b>	Kualitatif dengan Teknik Analisis Wacana Kritis	Kualitatif dengan Teknik Analisis Resepsi	Pendekatan Kualitatif dengan pendekatan studi kasus	Pendekatan Kualitatif Teknik Analisis Wacana	Kualitatif deskriptif		Kuantitatif
<b>6. Persamaan dengan penelitian</b>	Kedudukan penggemar K-Pop perempuan dalam media dan tindakan yang	Penelitian dilakukan dengan metode analisis resepsi sebagai pemaknaan pesan	Penelitian dilakukan menggunakan teori stuart hall untuk	Penelitian mengidentifikasi adanya bentuk diskriminasi dan stereotip gender	Penelitian mengemukakan interaksi penggemar K-Pop sebagai		Penelitian memiliki cara berpikir seseorang terhadap

<b>yang dilakukan</b>	dianggap negatif oleh masyarakat	khalayak terhadap podcast deddy corbuzier	mengetahui posisi khalayak dalam pemaknaan pesan	yang meruntuhkan nilai norma gender perempuan	khalayak aktif dalam media sosial	perempuan melalui teori tertentu. Posisi penerimaan gender perempuan terlihat dengan adanya beberapa latar belakang yang memengaruhi.
-----------------------	----------------------------------	---	--	---	-----------------------------------	---

<b>7. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan</b>	Analisis dengan memperhatikan struktur teks dan bacaan melalui kata, frasa dan wacana dalam pemberitaan media	Konteks dan objek penelitian yang berbeda dengan penelitian serta tidak ada unsur diskriminasi gender	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah studi kasus yang secara menyeluruh memahami dinamika kasus	Pendekatan yang berbeda dengan menggunakan analisis wacana yang berpusat kepada teks/media alih-alih audiens	Konteks permasalahan internal terjadi antar penggemar menjadi sorotan bagi khalayak media sosial seperti twitter	Metode penelitian yang dilakukan lebih memokuskan terhadap seberapa kuat pengaruh keyakinan, koneksi emosional serta
--	---	---	--	--	--	--

						dehumanisasi terhadap pemaknaan seorang perempuan.
<b>8. Hasil Penelitian</b>	Frasa serta diksi yang digunakan dalam pemberitaan memberikan pemaknaan stereotip negatif dan berlebihan kepada penggemar K-Pop perempuan	Ketiga informan dalam wawancara berada dalam posisi <i>oppositional position</i> yang menunjukkan sikap bertentangan dengan isi pesan yang ada	Pemaknaan pesan oleh informan dominan berada dalam <i>oppositional Position</i> dan ada normalisasi bahasa kasar sebagai upaya branding bagi khalayak <i>Dominant and Negotiation position</i>	Pengaruh podcast dalam memberikan pemahaman etika, norma sosial, dan gender berpengaruh terhadap pembentukan isu-isu dalam masyarakat	Menurut pemahaman khayalak, Keberadaan “ <i>safa space</i> ” dalam media twitter tidak menyelesaikan masalah sehingga posisi peggemar berada <i>oppositional position</i>	Hasil menunjukkan bahwa supremasi manusia dan dehumanisasi adalah faktor utama yang memengaruhi seksisme bermusuhan ( <i>hostile sexism</i> ) dan koneksi emosional lebih memengaruhi persepsi

---

seksisme  
benevolent

---

Sumber: Olahan penulis (2025)



## 2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan instrumen dasar dalam penelitian yang digunakan untuk mengkaji penelitian. Penelitian “Analisis Resepsi terhadap penggemar *Hallyu* perempuan (Studi terhadap podcast deddy corbuzier) menggunakan teori stuart hall (*encoding-decoding*) dalam menganalisis penerimaan dan pemaknaan pesan oleh audiens.

### 2.2.1. Encoding dan Decoding

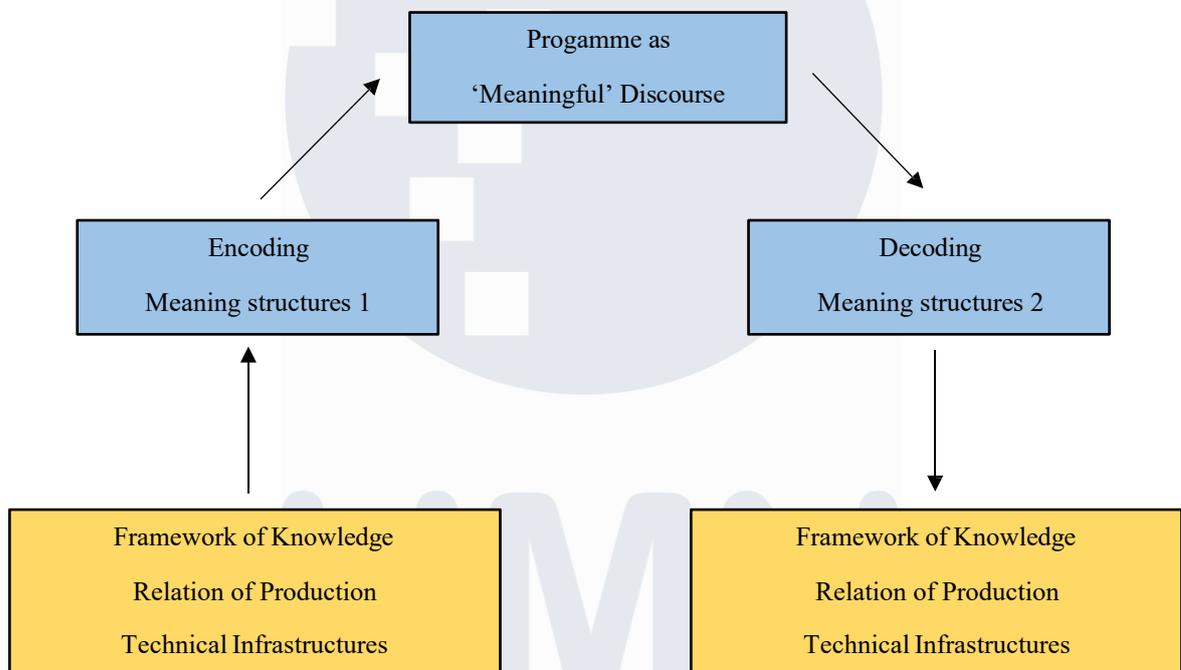
Konsep komunikasi secara tradisional didefinisikan sebagai proses komunikasi satu arah yang terdiri atas unsur komunikasi *Sender* (Pengirim) – *Message* (Pesan) – *Receiver* (Penerima) (Hall et al., 2005). Dengan adanya perkembangan komunikasi menjadi dua arah, Stuart Hall mengungkapkan adanya konsep komunikasi dengan unsur terpenting terletak pada hubungan *sender* dan *receiver* dalam pemaknaan pesan. Pesan yang diterima oleh *receiver* adalah salah satu bentuk pesan yang telah dimodifikasi sedemikian rupa, sehingga pemaknaan pesan terjadi untuk mengubah keutuhan pesan sesuai dengan persepsi dominan. Oleh karena itu, model pengembangan pemaknaan pada pesan dibahas secara detail dan lanjut melalui Teori *Encoding-Decoding*.

Teori ini pertama kali diungkapkan oleh Stuart Hall pada tahun 1980 dengan memberikan fokus kepada audiens sebagai penerima sekaligus memberikan pemaknaan kepada pesan. Melihat adanya urgensi komunikasi dua arah, pengirim dan penerima pesan menghasilkan sebuah sirkulasi komunikasi yang beragam dan aktif. Hal ini didasari untuk melihat proses komunikasi yang berhasil dan efektif melalui efek yang ditimbulkan setelah mengonsumsi pesan. Selain itu, bentuk pesan yang diberikan adalah bentuk diskursif, yang berkaitan dengan nalar sehingga *decoding* dan *encoding* menjadi sebuah proses yang penting untuk melihat peluang keberhasilan komunikasi yang efektif (Hall et al., 2005).

Teori ini melihat pentingnya *receiver* atau komunikan sebagai alat ukur keberhasilan komunikasi yang efektif. Pesan yang disampaikan kepada komunikan

akan memiliki efek apabila komunikan menafsirkan pesan tersebut sebagai sesuatu yang bermakna. Pesan yang terolah kembali melalui proses *decoding* menjadikan adanya pertarungan makna pesan antar komunikator dan komunikan. Selain itu, Keaktifan komunikan dalam memaknai pesan juga dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman tiap individu (Fadilla & Wijaksono, 2022).

Oleh karena adanya latar belakang, pengalaman, serta ideologi yang berbeda tiap individu, maka stuart hall menjabarkan alur proses *encoding* dan *decoding* secara terperinci seperti bagan berikut.



**Gambar 2.1 Proses Encoding – Decoding Stuart Hall**

Sumber: *Culture, Media, Language: working papers in cultural studies 1972-79* (Hall et al., 2005)

Pada gambar 2.1, terdapat *meaning structure 1* dan *meaning structure 2* yang terdapat dalam proses *decoding-encoding* untuk memaknai sebuah pesan. Kedua *meaning structure* dalam proses tersebut memiliki kemungkinan yang sama ataupun beda. Hal ini tergantung kepada *personification* yang merujuk kepada pengaruh sosial, ideologis, serta budaya antara komunikator dan komunikan. Personifikasi antara *decoder* dan *encoder* yang setara atau simetris, akan

memungkinkan penyampaian dan pemaknaan pesan sama dan kesepahaman. Namun, apabila personifikasi keduanya kontras atau asimetris, maka peluang kesalahpahaman dan perbedaan pendapat semakin tinggi.

Untuk mengukur tingkat personifikasi, komunikator dan komunikan dipengaruhi oleh tiga unsur utama yaitu *framework of knowledge*, *relation of production*, dan *technical infrastructure*. *Framework of knowledge* menekankan kepada latar belakang pengetahuan, nilai, atau ideologi tertentu yang dimiliki oleh *encoder* maupun *decoder*. Unsur tersebut dipelajari oleh Stuart Hall melalui penerapan kepada media televisi yang melihat bahwa setiap jurnalis memiliki pandangan yang berbeda mengenai satu kejadian yang sama. Persepsi yang diungkapkan diyakini oleh jurnalis dapat memperkaya pengetahuan dari audiens.

*Relation of production* memperlihatkan adanya kekuasaan yang dimiliki oleh suatu institusional sehingga memengaruhi bentuk penyampaian pesan yang disampaikan. Dalam konteks ini, pesan yang dihasilkan sangat dipengaruhi oleh kekuatan sentral sebagai pendukung kekuatan makna pesan. Seperti halnya seorang jurnalis yang berbicara di depan media, namun sebelum pesan tersebut diberikan melalui media terdapat editorial, pemangku kepentingan, serta kepala redaksi yang memberikan arahan tertentu agar pesan lebih jelas. Kekuasaan yang dimiliki juga menentukan isi pesan sebagai upaya proteksi ataupun dukungan kepada pihak-pihak tertentu.

*Technical infrastructure* menekankan kepada media seperti alat dan pendukung teknis lainnya yang digunakan untuk mengambil, merekam, dan menyalurkan pesan hingga kepada *decoder*. Unsur ini mengambil peran penting secara audio dan visual untuk memperlihatkan sekaligus menegaskan isi pesan. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan teknologi sebagai alat untuk menyebarkan pesan guna membatasi serta mengolah pesan tertentu. Sebuah program televisi anak-anak tidak akan bisa menyampaikan pesan dengan nuansa ceria apabila pesan tidak dikemas dengan cara menarik, berwarna, dan diiringi dengan musik anak-anak.

Keterkaitan ketiga unsur dalam proses decoding dan encoding dijelaskan lebih dalam dan terperinci oleh Stuart Hall dengan menjelaskan tiga posisi penonton sebagai khalayak televisi (Hall et al., 2005).

- ***Dominant Hegemonic Position***

Posisi ini menjelaskan tentang kekuatan ideologi yang dimiliki oleh sumber pesan sehingga penerimaan dan pemaknaan pesan yang dilakukan oleh khalayak sepadan dengan pengirim pesan. Hal ini mengungkapkan bahwa dalam posisi ini, audiens tidak memerlukan *effort* lebih terhadap pemaknaan pesan karena pemahaman yang dimiliki sejalan dengan ideologi yang diterima. Selain itu, keutuhan pesan dijaga melalui ideologi hegemonik untuk memengaruhi dan meyakinkan khalayak tentang sebuah nilai atau norma yang ada di dalam masyarakat. Dalam posisi ini, khalayak memahami secara penuh pesan dari *encoder* dengan berbagai bentuk dukungan terhadap ideologi.

- ***Negotiated Position***

Posisi ini menjelaskan tentang adanya keterlibatan ideologi yang dimiliki oleh khalayak terhadap pemaknaan pesan yang disampaikan oleh sumber pesan. Dalam posisi ini, penerima pesan tidak sepenuhnya menerima pesan secara utuh dan sejalan dengan ideologi dominan, tetapi khalayak sebagian mengkritik pesan dengan dasar latar belakang dan sosial mereka. Khalayak dalam posisi penerimaan pesan ini termasuk ke dalam khalayak aktif, sehingga pesan yang dimaknai memiliki pandangan yang baru dari makna pesan yang berasal dari sumber utama. Selain itu, pemaknaan pesan menandakan adanya resistensi halus terhadap pesan sehingga rentan untuk terjadi kesalahpahaman. Dengan demikian, proses pemahaman khalayak baik dengan adanya dukungan ideologi pribadi mengenai pesan yang diterima.

- ***Oppositional Position***

Posisi ini menjelaskan peran khalayak terhadap pemaknaan isi pesan tinggi dan bertentangan dengan ideologi pengirim pesan. Khalayak secara sadar menolak isi pesan dengan dasar ideologi pribadi yang tidak sesuai dan dominan. Pada posisi ini, khalayak sangat memahami pesan sehingga adanya proses detotalisasi secara penuh terhadap setiap bagian isi pesan dan membingkai ulang kembali makna menjadi sebuah pesan baru. Selain itu, khalayak juga secara aktif berpartisipasi terhadap politik penafsiran dalam masyarakat. Dengan demikian, khalayak secara penuh menolak total makna pesan dan merombak demi kepentingan ideologi mereka.

Adapun penjelasan lebih terkait makna dalam pesan yang disampaikan melalui media massa bersifat ‘terselubung’ atau konotatif. Meskipun media massa memperlihatkan realitas secara alami yang memungkinkan khalayak memahami pesan secara denotatif, tidak ada representasi yang memiliki makna realitas sebenarnya (Hall et al., 2005). Selain itu, media massa juga berperan secara aktif dalam membatasi dan mengatur tingkah laku masyarakat atas pemaknaan pesan yang disampaikan. Sehingga makna khalayak atau individu dalam lingkup masyarakat dikontrol secara penuh oleh sistem ideologi dan kode yang berasal dari sumber pesan.

Pesan yang tidak efektif atau gagal sering dimaknai sebagai sebuah ‘kesalahpahaman’ oleh pengirim pesan. Namun, Hall mengungkapkan bahwa hal tersebut terjadi bukan karena proses komunikasi yang tidak sempurna, melainkan pemaknaan proses komunikasi adalah sebuah medan pertempuran ideologi atau makna yang mendominasi (Hall et al., 2005). Dengan demikian, proses komunikasi yang sempurna adalah ketika makna ideologi antar sumber pesan dan penerima pesan dimodifikasi sedemikian rupa untuk kepentingan bersama di atas ideologi dominan. Oleh karena itu, urgensi melihat pemaknaan pesan oleh khalayak menjadi poin penting guna menyempurnakan ideologi yang tercipta melalui media massa.

## 2.3 Landasan Konsep

### 2.3.1. Budaya *Hallyu* dan Media sosial

Asia menjadi salah satu benua yang memiliki pengaruh kekuatan baru yang besar dalam dunia global saat ini diiringi dengan beragamnya budaya yang dimiliki tiap negara (Yoon, 2024). Kekuatan yang dimiliki asia menjadi representasi bentuk solidaritas dan kerja sama regional yang baik antar negara. Hubungan kuat yang tercipta secara tidak langsung membuat pertukaran nilai dan budaya semakin intens, bahkan demi kepentingan tertentu budaya menjadi salah satu alat representasi sebuah negara. Seperti halnya yang terjadi dalam budaya asia timur, memiliki perkembangan dan pembangunan yang pesat akibat ajaran konfusianisme yang merujuk kepada etos kerja baik sehingga menghasilkan kebudayaan yang berhasil menarik perhatian masyarakat .

Pentingnya gerakan budaya sebagai bentuk perlawanan terhadap budaya barat menjadi sebuah strategi bagi asia timur (Yoon, 2024). Dengan ketertarikan yang selaras, konsumsi budaya populer seperti film dan musik pop akan menunjukkan bagaimana seseorang mengungkapkan identitasnya. Bentuk strategi budaya yang dilakukan oleh asia pertama kali adalah peluncuran musik pop korea atau *K-pop* dan animasi jepang pada tahun 1980. Kegigihan asia menembus strategi budaya membawakan hasil dengan tembusnya animasi jepang dan *kungfu* milik hongkong di pasar US dan Eropa.

Adapun *Hallyu* atau gelombang budaya korea selatan yang berhasil menarik perhatian global pada era pasca-milenial. Popularitas *hallyu* menurut Koichi Iwabuchi (2002) adalah bentuk keinginan masyarakat asia untuk mengungkapkan identitas asia dengan merekatkan negara-negara asia (Yoon, 2024). Dengan demikian *hallyu* dapat dikatakan sebagai bentuk globalisasi dengan tujuan menghilangkan sekat batas antar negara dan menciptakan semangat kebersamaan. Namun, seiring berkembang zaman, penikmat *hallyu* seperti musik pop atau *K-pop* dan drama atau *K-drama* dalam kehidupan sehari-hari melambangkan motivasi pribadi seperti hiburan dan faktor emosional.

Keberadaan *hallyu* yang menunjukkan pengaruh besar terhadap identitas diri masyarakat asia dapat dikategorikan sebagai budaya populer. Budaya populer memiliki 5 ciri tertentu untuk mengukur popularitas dan pengaruh budaya (Khotimah & Purwokerto, 2021):

### **1. Tren**

Budaya *Hallyu* menjadi pusat ketertarikan sehingga ada upaya masyarakat untuk menyesuaikan diri sesuai gaya yang populer. *Hallyu* dapat dikatakan sebagai fenomena yang dimana tidak hanya musik pop dan drama menjadi pusat perhatian, melainkan juga aspek gaya pakaian, gaya riasan, hingga bahasa menjadi hal yang ‘biasa’ di tengah masyarakat. Semakin besar partisipasi masyarakat terhadap *Hallyu*, maka menandakan semakin tinggi toleransi budaya asing dalam negara. Sifat dari tren yang berjangka panjang, membuka kesempatan masyarakat untuk mencoba ataupun mengikuti perubahan secara halus.

### **2. Homogenitas bentuk**

Popularitas budaya juga dapat dilihat dari adanya keseragaman bentuk budaya dengan hal tertentu. Hal ini merupakan realisasi dari tren yang merujuk kepada pola yang sama dengan *allyu*. Seperti halnya *boygroup/girlgroup* musik korea selatan yang menjadi sebuah tren di tahun 2000an, secara bersamaan Indonesia mengeluarkan grup musik dengan formasi, gaya modis, dan lagu yang serupa. Secara tidak langsung, kebudayaan *hallyu* diserap menjadi sebuah konsep baru yang memiliki tujuan untuk terkenal di kalangan masyarakat.

### **3. Adaptabilitas**

Ciri adaptabilitas mengungkapkan kemampuan budaya dalam beradaptasi di masyarakat yang kultural. Bentuk penyampaian budaya menjadi sorot dalam kenyamanan masyarakat dalam mengonsumsi budaya *Hallyu*. Penyesuaian konsep yang dilakukan dalam skala besar pada grup musik korea adalah salah satu bentuk pemenuhan keinginan dan perubahan

progresif dengan tujuan memuaskan masyarakat khususnya penggemar. Tindakan ini mencerminkan penyesuaian budaya guna menjangkau masyarakat lebih luas.

#### **4. Durabilitas**

Durabilitas berkaitan dengan ketahanan eksistensi budaya dalam lingkup masyarakat. Budaya *Hallyu* yang mudah masuk ke dalam negara menandakan adanya kemudahan masyarakat dalam menerima budaya asing. Persaingan antar budaya asing dalam suatu negara menjadi poin penting untuk mengukur kekuatan serta popularitas budaya *Hallyu* dalam masyarakat. Dengan kehadiran *Hallyu* pada pasca milenial atau tahun 2000an hingga saat ini masih ada di Indonesia, menandakan durabilitas hallyu kuat dan tinggi.

#### **5. Profitabilitas**

*Hallyu* berasal dari negara dengan penganut sistem kapitalis yang berpotensi memberikan keuntungan bagi negara asal. Dengan kepopuleran di berbagai negara disertai dengan adaptasi yang sesuai, keuntungan tidak hanya didapatkan secara ideologi, melainkan juga ekonomi. Seperti halnya penjualan album musik korea selatan yang terkesan “musiman” atau “edisi terbatas”, membuat masyarakat atau penggemar merasa harus memiliki barang tersebut dengan cara seperti pembelian daring internasional. Secara tidak langsung distributor lokal menjadi mitra penjualan yang mendapatkan keuntungan atas aksesibilitas yang mudah dijangkau.

*Hallyu* telah menjadi budaya populer yang mendunia, terlihat dari bagaimana perilaku sehari-hari orang asia yang menggunakan istilah korea dalam produksi musik di negara-negara lain (Huat & Iwabuchi Koichi, 2008). Selain itu, kebudayaan musik korea semakin berkembang dengan menghasilkan beberapa penyanyi ternama seperti *BoA*, *Rain*, dan *H.O.T*. Hingga saat ini, perkembangan *K-pop* menjadi sorotan bagi dunia dengan menghasilkan musik yang modern dan generasi penyanyi yang berkualitas. Bukti dari eksistensi *K-pop* yang masih

menarik perhatian hingga saat ini adalah grup musik BTS atau *bulletproof boys* yang meraih penghargaan “*Entertainer of the year*” yang memecahkan rekor Billboard tahun 2020 (Yoon, 2024).

Dibalik keberhasilan BTS dalam dunia internasional memiliki sejarah perkembangan yang progresif hingga mendapatkan kesuksesan di dunia internasional. Hal ini bermula dari kehadiran BTS sebagai grup musik yang berhasil meraih peringkat pertama pada tahun 2015 pada acara musik lokal. Kemenangan tersebut meningkatkan *awareness* BTS dalam sekejap hingga menghasilkan penggemar internasional. BTS memanfaatkan strategi promosi melalui media sosial seperti Vlive app, Youtube, dan Twitter sebagai media penyebaran musik (Yoon, 2024).

BTS menjadi pelaku utama dalam produksi konten media yang disalurkan kepada penggemar dengan tujuan untuk meningkatkan keterlibatan aktif dari penggemar. Konten isi pesan yang disebarakan kepada penggemar berisikan konten keseharian mereka, yang memperlihatkan sisi seorang karyawan dalam industri musik atau kesederhanaan BTS untuk menarik perhatian penggemar (Yoon, 2024). Hal ini menjadi suatu gerakan yang baru dalam memasarkan budaya melalui media sosial sehingga konten utama telah berkembang menjadi konten lain yang melibatkan penggemar. Konten utama dalam media sosial yang tersebar dan mampu diolah menjadi produksi konten lain guna menyempurnakan komunikasi dua arah adalah bentuk dari *transmedia* (Yoon, 2024).

Dalam penjelasan tersebut mengungkapkan adanya pengaruh kuat media sosial terhadap penyebaran budaya *K-pop*. Media sosial menjadi bentuk komunikasi massa yang efektif sesuai dengan karakteristik masyarakat saat ini. Hal tersebut terbukti dengan studi kalangan muda yang menghindari media tradisional seperti televisi dan beralih kepada gawai untuk mengakses informasi tertentu (Yoon, 2024). Kehadiran teknologi ini membuat media sosial semakin populer di kalangan masyarakat dalam mengakses konten budaya yang saat ini beredar di tengah masyarakat.

Adapun sejarah perkembangan media sosial diawali juga dengan popularitas budaya *hallyu* dalam media tradisional televisi. Semenjak produksi film korea meningkat dan berhasil menarik perhatian masyarakat, korea mulai mengembangkan *channel* penyebaran dengan memanfaatkan perusahaan besar lokal (Yoon, 2024). Strategi penyebaran ini berhasil menggait penonton internasional dengan popularitas drama televisi atau *K-drama* yang berjudul “*Winter Sonata*” khususnya menciptakan penggemar perempuan jepang sebanyak 5,000 orang (Huat & Iwabuchi Koichi, 2008). Kerja sama dan produksi film lokal korea memberikan pengaruh yang besar terhadap ketertarikan masyarakat pada konten budaya korea selatan hingga saat ini dengan penambahan jumlah penggemar yang kian banyak yang tidak terbatas hanya asia, melainkan juga kancah internasional.

Dengan demikian, pengaruh media sosial dalam membentuk kekuatan budaya *Hallyu* sangat penting dengan memberikan jalan alternatif untuk berkembang dengan luas. Media sosial berkaitan erat dengan pertukaran pendapat dari seluruh kalangan tanpa terkecuali, bahkan kalangan minor sekalipun. Bentuk keberhasilan *K-pop* dan *K-drama* yang sukses meluas di media sosial disebut sebagai upaya *soft powers*. *Soft Powers* merujuk kepada tingginya penguasaan teknologi di asia yang memungkinkan seluruh orang mampu untuk mengakses konten hanya melalui media sosial tanpa keterlibatan dari kekuatan barat (Yoon, 2024).

*Soft powers* dibuktikan dari keberhasilan penyanyi solo PSY dengan lagu yang berjudul “*Gangnam style*” pada tahun 2012 tanpa adanya pemanfaatan media tradisional sebagai pusat penyebaran budaya (Yoon, 2024). Jangkauan tak terbatas dalam media sosial juga membuka peluang bagi setiap orang mengekspresikan identitas dan emosional atas setiap hal yang dinilai berarti. Maraknya penggunaan media sosial untuk mengakses kebudayaan korea juga diukur melalui survei yang dilakukan oleh KOFICE atau *Korean Foundation for Internasional Cultural Exchange* terhadap 16 negara yang memberikan hasil sebanyak 83.6% orang mendapati kemudahan mengakses *K-pop* maupun *K-drama*. Hampir menyentuh

angka yang sempurna, kekuatan media sosial dalam merepresentasikan *Hallyu* dinilai sangat baik dan sangat berpengaruh terhadap konsumen lama maupun baru.

Media sosial yang berkembang aktif untuk mempromosikan budaya hiburan kini telah mendunia dengan istilah baru yaitu *Social Media Entertainment* (SME). *Social Media Entertainment* (SME) memiliki arti yang merujuk kepada aktivitas kreator konten media sosial yang memanfaatkan platform digital sosial seperti Youtube, TikTok, dan Instagram untuk menciptakan sebuah komunitas global dan memperluas *personal branding* kreator (Johnson, 2022). Aktivitas ini merujuk kepada sifat media komunikasi massa yang dimana membuka peluang setiap orang secara bebas mengemukakan pendapatnya melalui dunia digital seperti kreator hingga berhasil membentuk komunitas yang diyakini memiliki opini sependapat dengan kreator. Keberhasilan dunia *Social Media Entertainment* (SME) juga tampak dalam negara Indonesia yang melahirkan beberapa kreator dalam media sosial Youtube.

Meskipun media sosial berkembang sebagai bagian dari transformasi digital, media massa tetap menjadi fondasi utama dalam membangun komunikasi yang ditunjukkan kepada khalayak luas. Dalam perkembangan media massa yang ada di dunia, Televisi dan Radio menjadi media yang populer digunakan untuk menyiarkan informasi secara langsung (McQuail & Deuze, 2020). Perbedaan diantara kedua media terletak pada inovasi yang diterapkan yaitu televisi menampilkan gambar dan audio secara langsung sedangkan radio hanya berupa suara. Hingga perkembangan signifikan televisi mengancam kepunahan dari radio sebagai media massa karena televisi memiliki menawarkan audiovisual yang kaya (McQuail & Deuze, 2020).

Di sisi yang berbeda, perkembangan televisi yang signifikan membuka ruang bagi radio untuk bergerak lebih bebas yang ditandai dengan kehadiran suara minoritas melalui radio (McQuail & Deuze, 2020). Perkembangan radio juga didukung oleh karakteristiknya yang fleksibel memungkinkan seseorang dapat menikmati kapanpun dan dimanapun. Walaupun tidak mempunyai massa yang banyak seperti televisi, radio berhasil mendapatkan kembali fungsi untuk menjangkau massa di dunia digital dalam bentuk podcast (McQuail & Deuze,

2020). Hingga saat ini, keberadaan podcast tetap menjadi salah satu media massa yang mudah diakses berkat kemajuan teknologi yang pesat.

Podcast adalah bentuk media massa yang disajikan dalam bentuk audio atau audiovisual serta diunggah ke dalam platform media sosial seperti Youtube (Oktavanisyah & Fikry, 2024). Kehadiran podcast yang berkembang juga dipengaruhi oleh kebutuhan perkembangan teknologi sehingga terjadi penyesuaian untuk menjangkau audiens yang lebih banyak. Oleh karena itu, podcast menjadi salah satu perkembangan media massa yang tidak terikat oleh regulasi, fleksibel dan memiliki bentuk pesan yang variatif. Dengan kehadiran podcast di dunia digital, kesempatan massa untuk menggunakan podcast sebagai media untuk penyebaran informasi serta menciptakan relasi keterikatan emosional dengan pendengar atau penontonnya (Oktavanisyah & Fikry, 2024).

Dalam media sosial Youtube, konten seperti podcast menjadi salah satu bentuk penyampaian konten yang menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan menampilkan visual dan audio secara bersamaan (Fitri & Edlina, 2021). Bentuk penyampaian melalui podcast direalisasikan dengan konten-konten beragam dan unik seperti *talkshow*, *interview* sederhana, pemberitaan, hingga musik. Salah satu contoh konten kreator youtube yang berhasil menarik perhatian masyarakat adalah program podcast Deddy Corbuzier yang bernama “*Close The Door*”. Bentuk podcast yang dilakukan oleh Deddy Corbuzier adalah dengan menghadirkan bintang tamu tertentu sebagai narasumber dalam membahas sebuah topik yang *booming* atau *happening* di tengah masyarakat.

Antusiasme masyarakat menjadi lebih besar ketika Deddy Corbuzier terampil dalam memancing komunikasi secara *to the point* kepada narasumber dan menampilkan tanpa adanya editan (Putri & Ermanto, 2022). Diksi yang digunakan dalam memproduksi konten juga menjadi fokus untuk melihat bagaimana Deddy dapat mengiring opini terhadap sebuah topik. Terdapat salah satu konten Deddy yang berhubungan dengan *hallyu*, yaitu pada episode “SURUH CEWE LOE NONTON INI!! CEWE2 G1L4 KPOP ITU GAMPANG S3KZ DAN MURAHAN!?”. Produksi konten podcast tersebut menuai pro dan kontra

masyarakat yang menjadikan pemaknaan konten menjadi beragam.

Dengan demikian, pengaruh *Sosial Media Entertainment* (SME) juga berkontribusi besar dalam memengaruhi persepsi masyarakat Indonesia tentang *Hallyu*. Pengaruh tersebut membawa hasil pemaknaan pesan menjadi beragam disertai adanya kekuatan ideologi yang berasal dari kreator. Tidak berdampak secara langsung, tetapi komunitas global *Hallyu* khususnya perempuan mendapatkan pandangan buruk oleh karena adanya konten tersebut. Hubungan diantara budaya *Hallyu*, podcast, hingga penggemar perempuan saling terkait dan terkoneksi sebagai wujud hasil pengaruh Media Sosial yang besar.

### **2.3.2. Penggemar Perempuan dan Stereotip negatif**

Penggemar kerap kali di definisikan sebagai seseorang dalam suatu kelompok yang berjumlah besar yang menyukai suatu konten produksi secara berlebihan. Namun hal ini berbeda dengan apa yang didefinisikan oleh Fiske, yang mendefinisikan penggemar sebagai kelompok “marjinal” dalam suatu struktur sosial masyarakat (Gray et al., 2007) . Selain itu, aktivitas penggemar sesungguhnya adalah tentang bagaimana mereka mendukung kelompok yang kurang berdaya dan kekuasaan. Adanya latar belakang gerakan asia memperkenalkan budaya *Hallyu* memperkuat alasan mengapa penggemar *Hallyu* memiliki keterikatan dengan pelaku budaya serta memiliki perasaan solidaritas yang kuat.

Fiske juga menyatakan bahwa aksi penggemar adalah sebuah tindakan yang bermoral dan bernilai sosial yang tinggi sebab kelompok tersebut mencerminkan bentuk penolakan terhadap budaya dominan . Selain dapat dilihat dari kedudukan budaya yang sama, penggemar juga dapat disandingkan dengan kedudukan ekonomi, sosial, serta gender yang sama. Oleh karena latar belakang penggemar yang kompleks, maka definisi penggemar mendapatkan berbagai pemaknaan terkait pengaruh kedudukannya terhadap pemaknaan budaya melalui pesan. Tidak menutup kemungkinan, penggemar juga timbul akibat perbedaan tingkat loyalitas seseorang dalam sebuah kelompok penggemar.

Pemaknaan penggemar mulai mendapatkan titik baru ketika Jenkins dan Fiske mendefinisikan penggemar sebagai sebuah komunitas atau kelompok penafsiran akibat konsumsi konten media secara kritis (Gray et al., 2007). Pemaknaan konten media secara kritis akan menghadirkan pemahaman-pemahaman serta keyakinan dominan yang dimiliki seorang penggemar. Dalam *textual poachers* (1992), Jenkins menambahkan bahwa tindakan ataupun aksi yang dilakukan oleh penggemar melemahkan atau meruntuhkan nilai-nilai dominan dengan cara yang kreatif (Gray et al., 2007). Sehingga, penggemar secara mandiri menginterpretasikan pemaknaan yang baru ketika mengonsumsi sumber pesan yang ada.

Dengan demikian penggemar dapat dikatakan seseorang yang melakukan tindakan secara aktif sebagai respon dari ketertarikan terhadap suatu konteks tertentu. Penggemar memiliki beberapa ciri untuk dapat dikatakan sebagai khalayak yang aktif (Gray et al., 2007):

#### **1. Penggemar memiliki passion**

Dalam konteks ini, penggemar memiliki antusiasme yang tinggi dengan mencari konten yang berhubungan dengan hal yang mereka sukai. Tindakan ini terjadi karena adanya pemberian rasa emosional yang beragam oleh penulis. Rasa emosional membuat penggemar merasakan seolah-olah kehadiran penulis di tengah kehidupan sehari-hari mereka yang membuat mereka merasa hidup” (Gray et al., 2007). Dengan kehadiran emosional, penulis menjadi bagian dari kehidupan penggemar dan penting bagi jiwa mereka.

#### **2. Penggemar membentuk komunitas**

Dalam konteks ini, penggemar identik dengan suatu perkumpulan atau komunitas yang menyukai suatu teori tertentu. Komunitas yang tercipta adalah individu yang mengonsumsi teori yang sama dan yang mereka sukai dari komunikasi massa yang dilakukan. Seperti halnya mereka berkumpul untuk menghadiri sebuah acara yang menghadirkan sosok penulis teori. Kehadiran dari penulis teori dianggap penggemar sebagai seperti seorang

penyelamat yang berhasil menggerakkan jiwa emosional komunitas penggemar dan menginspirasi mereka.

### 3. Penggemar adalah produsen pesan

Dalam konteks ini, penulis memang merupakan sumber dari teori yang dikonsumsi oleh penggemar. Namun, rasa emosional yang telah digerakan oleh penulis menciptakan hubungan yang erat dengan penggemar sehingga penggemar secara sadar ingin melakukan sesuatu untuk penulis favoritnya. Seperti halnya konten yang diberikan oleh penulis tidak hanya dikonsumsi oleh penggemar, melainkan juga bagaimana konten itu di sebarakan kembali dengan bentuk informasi maupun hiburan. Karya dari penggemar akan menjadikan setiap konsumen pesan adalah produsen pesan sekaligus.

Adapun pemaknaan penggemar yang didefinisikan oleh media. Media menilai bahwa penggemar tercipta karena adanya upaya untuk melawan stigma negatif yang melekat pada jiwa seorang penggemar. Stigma negatif ini meliputi tindakan-tindakan yang bersifat “obsesif”, “tidak logis”, bahkan dianggap sebagai “kelompok yang mudah terpengaruh” terhadap sebuah ideologi dominan (Gray et al., 2007). Keberadaan kelompok penggemar identik dengan perkembangan sosial media yang cepat dan canggih, sehingga rentan terhadap informasi anonim yang mengandung ideologi tertentu. Hingga saat ini konstruksi penggemar dalam media kerap mendapatkan stigma yang sama diiringi dengan perkembangan budaya populer tertentu.

Pemaknaan penggemar oleh media dilatarbelakangi oleh popularitas penggemar film *Star Trek* yang terdiri dari berbagai kalangan. Media *The New York Post* menyorot penggemar dewasa *startrek* adalah seseorang tidak tampak normal karena keterlibatannya dalam kelompok penggemar dengan pemaknaan nada yang meremehkan (Gray et al., 2007). Pemaknaan yang dilakukan oleh media bukanlah menjelaskan definisi penggemar secara nyata, melainkan mendukung pemaknaan penggemar sebagai “makhluk lain” dalam struktur sosial masyarakat. Selain itu,

pemaknaan penggemar juga menekankan pada citra aneh dan menyimpang secara sosial dalam struktur kemasyarakatan.

Kerangka berpikir yang dimiliki oleh media tentang penggemar memiliki kesamaan terhadap pemaknaan penggemar *startrek* dengan penggemar *Hallyu* perempuan. Oposisi penggemar atau biasa disebut sebagai *anti fandom* mengungkapkan adanya dampak negatif dari konsumsi *K-pop* yang menjadikan wanita muda seperti orang yang tidak memiliki pikiran, gila, dan tidak waras (Yoon, 2024). Namun, Yoon mengungkapkan bahwa ketertarikan yang “tidak masuk akal” oleh oposisi penggemar tidak sesederhana yang dibayangkan.

Adapun sebuah studi penggemar perempuan di Tiongkok yang memperlihatkan dua alasan mengapa mereka menyukai *Hallyu* dengan dukungan yang penuh:

### **1. Latar belakang budaya**

Adanya latar belakang budaya tentang partisipasi kaum muda dan perempuan pada masa pemerintahan lampau, membuat kesejahteraan mereka terkekang dan merasa perlu adanya alternatif. Politik alternatif tersebut membuka peluang bagi kaum muda dan perempuan untuk melihat revolusi perkembangan pasca-sosialis (Yoon, 2024). Gerakan ini membentuk sebuah pemahaman untuk kemajuan Tiongkok dengan melepas sistem kolonial barat dan menjadikan negara Tiongkok dapat maju serta menyejahterakan tiap masyarakat. Pada masa tersebut, kebudayaan yang populer dan menarik serta mencerminkan nilai dan kebudayaan norma sosial yang setara adalah produk konten *Hallyu* yang berjudul “Glory of Family”. Dengan demikian, alasan terkuat mereka menyukai tayangan *Hallyu* adalah tentang bagaimana nilai sosial, etika serta kehormatan tercermin dalam tayangan untuk memotivasi perubahan dalam kehidupan bermasyarakat.

## 2. Produksi konten *Hallyu*

Peran media sosial dalam produksi konten *Hallyu* menjangkau seluruh kalangan tanpa batas. Dengan cara yang kreatif perkembangan konten *hallyu* mudah diakses dan membuat penggemar lebih mudah untuk terkoneksi dengan idolanya (Yoon, 2024). Hal tersebut membuat penggemar lebih merasa dihargai dan mereka membalasnya dengan dukungan yang lebih terhadap idolanya seperti kegiatan amal, pertemuan antar penggemar, serta dukungan material seperti pembelian tiket konser. Solidaritas dalam media sosial ini menjadi kunci untuk menghidupkan semangat kebersamaan dan bentuk ekspresi mereka dalam dunia media sosial.

Berdasarkan studi yang ada, alasan mengapa penggemar perempuan menyukai *Hallyu* memiliki makna yang mendalam dan kritis. Latar belakang budaya dalam suatu negara menjadi peran penting dalam pemaknaan sebuah komunitas yang “marjinal” atau memiliki kekuatan yang lemah. Melihat adanya periode pasca-baru dalam Indonesia membuat identitas gender perempuan dan laki-laki dalam masyarakat tidak terstruktur secara budaya sehingga kedua gender memiliki kedudukan yang sama (Heryanto, 2008). Secara tidak langsung, hal ini menyoroti bagaimana kedudukan gender di Indonesia khususnya perempuan menjadi pertanyaan oleh karena pengaruh budaya lama patriaki yang didominasi oleh laki-laki.

Kebebasan perempuan dalam dunia gender dibatasi oleh sebuah standar “kecantikan” yang ketat dan menyiksa (Wolf, 2002). Standar kecantikan yang dimaksud adalah bagaimana media saat ini membentuk konstruksi kecantikan wanita sesuai dengan keinginan budaya dominan. Kekuatan wanita secara kolektif tidak lagi kuat, sebab mudah bagi mereka untuk mengubah fokus dalam memperbaiki diri ketimbang untuk memperjuangkan kecantikan perempuan yang apa adanya. Dengan demikian, hal ini memberikan makna tentang *the beauty of myth* sebagai wadah atau ideologi yang mengontrol wanita tentang standar

kecantikan yang seharusnya diperjuangkan dan layak dimiliki oleh wanita (Wolf, 2002).

Dukungan terhadap ideologi dominan atau patriarki terlihat nyata melalui pembuktian dari pernyataan kritis yang disampaikan oleh John Berger tentang gender dalam konteks budaya (Wolf, 2002). Pertama, laki-laki memandang wanita bukan sebagai subjek, melainkan objek yang dapat dinilai berdasarkan standar mereka. Kedua, Wanita menilai kecantikan dirinya melalui pandangan laki-laki atau dalam pengertian lain bahwa perempuan membutuhkan validasi atau pengakuan untuk menjadi makhluk yang cantik. Melalui pemaknaan tersebut dapat dilihat bahwa perempuan memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap laki-laki terkait dengan standar kecantikannya.

Mitos kecantikan ini semakin nyata dengan melimpahnya kasus “memperbaiki diri” yang kini sudah menjadi hal yang normal di berbagai negara. Operasi plastik merupakan bentuk upaya memperbaiki diri agar bisa diterima di lingkungan masyarakat khususnya tampil dalam media digital (Wolf, 2002). Budaya dominan melihat ini sebagai bentuk kepatuhan terhadap standar kecantikan yang dikonstruksi sedemikian rupa. Kekuatan ideologi ini tidak sebanding dengan kekuatan kolektif wanita dalam menolak standar kecantikan yang kini diterapkan dalam media sosial. Permasalahan utama kembali kepada dilema perasaan yang dimiliki perempuan yang merasa takjub dengan standar kecantikan oleh media sekaligus merasa terbebani dengan ketidakmampuan diri untuk memenuhi standar kecantikan yang menjadi daya tarik masyarakat (Wolf, 2002).

Dilema inilah yang membuat budaya patriarki saat ini masih berkuasa atas ideologi sebagian besar laki-laki. Hal tersebut akan berbahaya bagi nilai dan harga diri perempuan apabila kedudukan laki-laki dalam aspek lain seperti ekonomi, sosial, dan lainnya dikuasai secara penuh. Media sosial yang saat ini memiliki fokus pada *entertainment*, memungkinkan kreator akan menggeser ideologi “kecantikan wanita sesungguhnya” atau bahkan mengonstruksi sesuai dengan pemahaman pribadi. Ketika media sosial mengambil ahli peran komunikator dalam

merepresentasikan gender tertentu, maka dapat dikatakan adanya bias gender dalam media sosial.

Adapun bentuk diskriminasi yang dialami oleh perempuan sejak awal kemunculan media massa. Kepopuleran radio sebagai media massa berbanding jauh dengan posisi televisi menjadikan radio sebagai media massa untuk menyuarakan kaum minoritas termasuk kaum perempuan yang dinilai tidak memiliki kuasa atas media (Gill, 2015). Kedudukan ini membuat perempuan secara bebas direpresentasikan oleh media sebagai objek dan bukan subjek. Adanya ketimpangan gender yang dirasakan oleh perempuan membuat feminisme harus diperjuangkan melalui keberadaan media massa yang fleksibel kala itu dengan dasar menjadikan media sebagai ideologi pertempuran makna.

Perkembangan pesat media massa pada masa lampau turut memperkuat dominasi media dalam membentuk pemaknaan gender di masyarakat. Salah satu bentuk ketimpangan yang muncul adalah konsep "*male as norm*", yakni anggapan bahwa laki-laki sebagai standar universal sedangkan keberadaan perempuan cenderung diabaikan atau direpresentasikan "*invisible*" (Gill, 2015). Selain itu, makna perempuan yang terbentuk oleh media tercermin melalui makna-makna simbolik yang ada. Secara tidak langsung, keberadaan perempuan saat ini menghadapi tantangan yang besar akibat dominasi media massa yang secara kuat membentuk dan memengaruhi representasi perempuan.

Dalam konteks penelitian ini, podcast sebagai bentuk media massa yang berkembang di media sosial turut berperan dalam membentuk pemaknaan perempuan, khususnya dalam konteks penggemar *Hallyu*. Podcast Deddy Corbuzier membentuk makna simbolik keberadaan perempuan penggemar *Hallyu* melalui sesi *talkshow* yang menampilkan lawan bicara seorang laki-laki. Dengan memanfaatkan podcast sebagai medan pertempuran makna tentang penggemar *Hallyu* perempuan, Deddy turut mempertanyakan dan memperkuat ideologi patriaki yang melekat dalam pemaknaan terhadap perempuan.

Keterkaitan ketimpangan gender dan stereotip negatif berkaitan erat dengan studi terhadap penggemar olahraga perempuan yang mendapatkan pandangan yang "tidak lazim" karena akan mengubah makna olahraga menjadi lebih kekeluargaan

(Gray et al., 2007). Marjinalisasi yang terjadi kepada perempuan membuat mereka merasa lemah dan terkekang, merasa tidak dipentingkan dalam status sosial. Hal ini membuat kedudukan penggemar perempuan terlihat lemah secara gender maupun kaum penggemar *Hallyu*. Pemaknaan secara simbolik melalui podcast dalam media sosial memungkinkan perempuan merasa malu ketika mengungkapkan ekspresi tentang dirinya sendiri sebagai seorang penggemar.

#### 2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian yang dibuat untuk menjabarkan alur pemikiran peneliti dalam proses penelitian yang dilakukan secara bertahap. Dengan adanya kerangka pemikiran dalam penelitian kualitatif akan membuat penelitian lebih fokus dan dapat dikembangkan sesuai dengan hasil penelitian. Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian.



**Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Berpikir**

Sumber: Olahan Penulis (2025)