

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1. Penelitian Terdahulu

Menurut Randi (2018:15), penelitian terdahulu merupakan rangkaian upaya yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan riset penelitian. Hal ini dilakukan sebagai perbandingan dengan topik yang berkaitan dan membantu memposisikan penelitian, menunjukkan orisinalitas dan memperkaya bahan kajian pada penelitian. Penelitian terdahulu dijadikan sebuah acuan agar suatu karya ilmiah yang dibuat dapat dipertanggungjawabkan dan bersifat kredibel. Sementara itu, Sugiyono (2017) menyatakan bahwa penelitian terdahulu diperlukan dalam sebuah penelitian agar dapat mempunyai landasan yang kuat dan memperlihatkan posisi terdahulu yang dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkonfirmasi bahwa penelitian yang dilakukan memiliki kebaruan (*novelty*).

Penelitian ini menggunakan 6 penelitian terdahulu sebagai referensi dan acuan perbandingan. Penelitian terdahulu meliputi 5 penelitian dengan reputasi nasional terakreditasi SINTA dan 1 penelitian internasional dari *International Journal of Multilingual Education and Applied Linguistics* (IJMEAL). Penelitian terdahulu pertama berjudul “Maskulinitas dalam Novel Hilda (Cinta, Luka, dan Perjuangan) dengan Novel Cinta dalam Mimpi Karya Muyassarotul Hafidzoh” oleh Badrunnisa & Haryanti (2025). Penelitian ini diterbitkan oleh Bestari: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pengajarannya. Penelitian ini berfokus pada kajian sastra bandingan yang menganalisis maskulinitas pada dua tokoh utama yakni Gus Wafa dalam novel Hilda dan Gus Syauqi dalam novel Cinta dalam Mimpi. Penelitian ini menggambarkan bagaimana kedua tokoh yang berasal dari latar belakang pesantren sebagai seorang “Gus” merepresentasikan sifat maskulinitas melalui penampilan, kepemimpinan, keberanian, dan kekuatan di tengah isu kesetaraan gender dan budaya pesantren. Penelitian ini menggunakan teori Maskulinitas oleh David dan Brannon (1976) yang mengelompokkan empat

prinsip dasar dari maskulinitas yaitu penampilan, kepemimpinan, kekuatan, dan keberanian. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis dengan metode deskriptif kualitatif dan metode sastra banding, di mana terdapat perbandingan dua karya sastra dari pengarang yang sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua tokoh Gus Wafa (dalam novel Hilda) dan Gus Syauqi (dalam novel Cinta dan Mimpi) merepresentasikan nilai maskulinitas hibrid, di mana terdapat pencampuran antara daya tarik modern dan nilai tradisional yang religius. Pernyataan tersebut didasarkan pada beberapa aspek seperti penampilan, kepemimpinan, keberanian, dan kekuatan. Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yang terletak pada konsep maskulinitas yang digunakan dan pendekatan metode penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif. Sementara itu, perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada pendekatan sosiologis dan metode sastra banding yang dilakukan oleh penelitian terdahulu. Kemudian, bahasan objek dalam penelitian terdahulu juga berbeda dengan penelitian penulis. Penelitian terdahulu berfokus untuk menganalisis novel dengan metode sastra banding, sedangkan penelitian penulis lebih berfokus dalam pembahasan maskulinitas pada akun media sosial Instagram @marcoput sebagai objek penelitian dan pendekatan metode studi kasus oleh Stake.

Penelitian terdahulu kedua berjudul “Konstruksi Maskulinitas Perempuan Melawan Tindak Kekerasan pada Film Thriller (Analisis Semiotika pada Film Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak) oleh (Pratiwi, Nurjuman & Yusanto (2021). Penelitian dari Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi ini berfokus untuk mengetahui bagaimana konstruksi maskulinitas perempuan dibentuk dalam usaha melawan tindak kekerasan pada perempuan. Dalam hal ini, penelitian mengkaji bagaimana film Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak menampilkan perempuan yang memiliki sisi maskulin sebagai bentuk perlawanan saat marak terjadi kekerasan yang menempatkan perempuan sebagai korban. Penelitian ini menggunakan beberapa teori diantaranya adalah teori konstruksi sosial realitas oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, teori Semiotika oleh Charles Sanders Peirce, dan konsep maskulinitas oleh Deborah David dan Robert Brannon.

Penelitian ini di saat yang sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif serta metode analisis teks menggunakan semiotik aliran Peirce. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa film tersebut mengonstruksi maskulinitas perempuan. Hal ini ditandai dengan berbagai karakter maskulin pada tokoh Marlina seperti berpikir secara praktis, bersikap tenang, berani, mandiri, tidak banyak bicara, dan berbagai aspek lainnya. Film juga hadir sebagai antitesis atau perlawanan untuk menghapus konstruksi sosial yang menganggap perempuan merupakan makhluk yang lemah. Adapun persamaan dan perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian penulis. Persamaan dalam penelitian penulis dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada konsep maskulinitas yang digunakan dan pendekatan metode penelitian secara deskriptif kualitatif. Di samping itu, perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada kajian objek yang digunakan, di mana penelitian terdahulu menganalisis semiotika pada film Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak sedangkan penulis menggunakan akun media sosial Instagram @marcoput sebagai objek penelitian. Tidak hanya itu, perbedaan juga dapat dilihat dari metode penelitian yang digunakan, di mana penelitian terdahulu menggunakan metode analisis teks semiotika dari Peirce dan penulis menggunakan metode studi kasus oleh Robert E. Stake.

Penelitian terdahulu ketiga berjudul “*Hegemonic Masculinity in The Tradition of Women Proposing Marriage*” oleh (Listyani, Ariani, Dhuha, Rosidah & Sailurroqma (2024). Penelitian dengan penerbit HUMANISMA: *Journal of Gender Studies* ini menyoroiti bagaimana hegemoni maskulinitas pada tradisi unik yang ada di Desa Lembor, Lamongan. Tradisi ini melibatkan perempuan yang melamar laki-laki. Dalam penelitian ini, terdapat analisis mendalam mengenai apakah tradisi ini memberikan inisiatif dan kebebasan pada perempuan atau justru hanya menetapkan dominasi laki-laki dalam struktur budaya patriarki. Penelitian ini menggunakan teori Hegemoni Maskulinitas oleh Raewyn Connell sebagai landasan analisis. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kritis dalam menganalisis relasi kuasa dan berjenis penelitian kualitatif. Terdapat hasil penelitian yang menjelaskan bahwa tradisi perempuan yang melamar laki-laki di Desa Lembor bukanlah bentuk dari emansipasi wanita, namun merupakan adaptasi atau

penyesuaian dari norma patriarki yang menegakkan hegemoni maskulinitas. Hal ini didasarkan pada stigma sosial, dominasi keputusan, posisi subordinat, dan adaptasi patriarki. Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada konsep maskulinitas yang digunakan dan jenis penelitian yakni secara kualitatif. Sementara itu, perbedaan dapat dilihat pada objek kajian dan penggunaan metode penelitian. Dalam hal ini, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kritis sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan konstruktivis. Membahas tentang objek penelitian, penelitian terdahulu berfokus untuk meneliti maskulinitas dalam tradisi unik di Desa Lembor sedangkan penelitian penulis berfokus untuk meneliti bagaimana maskulinitas direpresentasikan dan dibentuk pada akun media sosial Instagram @marcoput.

Penelitian terdahulu keempat memiliki judul “*Masculinity in Metropop Novels*” karya Syarifa & Zahro (2022). Penelitian ini dipublikasikan oleh RETORIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya dan berfokus untuk menganalisis maskulinitas pada karakter pria metroseksual dalam berbagai novel bergenre metropop. Dalam hal ini, penelitian melihat bagaimana maskulinitas ditampilkan pada latar kehidupan urban yang menonjolkan karakter fisik, tren *fashion*, stabilitas ekonomi, dan sosial. Penelitian menggunakan pendekatan konsep maskulinitas dari konstruksi sosial, fenomena pria metroseksual, dan konsep *New Man* oleh Beynon. Penelitian ini berjenis kualitatif dengan metode human instrument, di mana peneliti menjadikan dirinya sebagai instrumen utama dalam hal pengumpulan dan teknik analisis data. Hasil penelitian memaparkan bagaimana konstruksi maskulinitas pria metroseksual dalam novel metropop dibangun dalam beberapa aspek fisik, *fashion*, status sosial, dan kepribadian. Oleh karena itu, pria metroseksual dalam novel metropop merepresentasikan maskulinitas yang menggabungkan sifat gaya hidup modern dan sifat kerja keras konvensional. Adapun berbagai perbedaan dan persamaan dalam penelitian terdahulu ini dengan penelitian penulis. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada konsep maskulinitas yang ditonjolkan dan jenis penelitian secara kualitatif. Sementara itu, perbedaan dapat dilihat secara jelas pada metode

penelitian yang digunakan, proses pengolahan, dan sumber data. Dalam hal ini, penelitian terdahulu menggunakan teknik human instrument untuk mengumpulkan data sedangkan penelitian penulis berfokus untuk melakukan wawancara mendalam kepada beberapa informan yang telah ditentukan sebelumnya untuk mendapatkan sumber data.

Penelitian terdahulu kelima berjudul “Representasi Maskulinitas dalam Iklan Kahf Versi Wajah Cerah dan Berenergi” oleh (Handayani, Fadhil & Widyatmoko (2025). Penelitian yang dipublikasikan oleh Jurnal Audiens ini berfokus untuk mengkaji bagaimana pandangan maskulinitas dalam iklan Kahf versi “Wajah Cerah dan Berenergi”. Dalam hal ini, penelitian menganalisis bagaimana iklan dapat menampilkan citra pria modern yang peduli terhadap kesehatan dan penampilan yang bertentangan dengan pandangan maskulinitas tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori Semiotika oleh Roland Barthes. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis Semiotika Roland Barthes dan berjenis deskriptif kualitatif. Hasil yang dilampirkan dalam penelitian ini menyatakan bahwa iklan Kahf merekonstruksi makna maskulinitas melalui beberapa aspek pergerakan nilai sosial seperti maskulinitas modern, redefinisi kekuatan, normalisasi perilaku (konotatif) dan penanaman nilai perawatan diri menjadi sosok yang lebih percaya diri (denotatif). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada konsep maskulinitas yang digunakan dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Di sisi lain, perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada kajian objek penelitian dan metode analisis yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan iklan Kahf sebagai objek penelitian dan metode analisis Semiotika oleh Roland Barthes sedangkan penelitian penulis menggunakan akun media sosial Instagram @marcoput sebagai objek penelitian dan pendekatan metode studi kasus oleh Robert Stake.

Penelitian keenam atau yang terakhir berasal dari jurnal internasional dengan judul “*Forms of Female Masculinity Power in the Novel Women Waiting in the Hallway to the Sea by Dian Purnomo*”. Penelitian dilakukan oleh (Zahro, Afkar & Suwandana (2025) dan dipublikasikan oleh *International Journal of*

Multilingual Education and Applied Linguistics (IJMEAL). Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana representasi kekuasaan maskulinitas perempuan pada novel Perempuan yang Menunggu di Lorong Menuju Laut. Dalam hal ini, penelitian membahas mengenai bagaimana Shalom sebagai tokoh utama perempuan membangun perlawanan, kekuatan, dan kemandirian dalam menghadapi ketidaksetaraan gender. Sama halnya seperti penelitian terdahulu ketiga, penelitian ini juga menggunakan pendekatan teori Maskulinitas oleh Raewyn W. Connell. Hasil penelitian menyatakan bahwa Shalom sang tokoh utama merepresentasikan kekuasaan maskulinitas melalui beberapa aspek seperti kemandirian (*independence*), ketangguhan fisik (*physical toughness*), dan mengontrol situasi orang lain (*controlling other people's situations*). Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perempuan juga menunjukkan kekuasaan dengan menampilkan sifat maskulinitas nya. Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan yang dapat dikaji di sini. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada konsep maskulinitas yang digunakan dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sementara itu, perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan terletak pada kajian objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan novel sebagai objek penelitian dan menggunakan teks sebagai sumber data, sedangkan penelitian penulis menggunakan akun media sosial Instagram @marcoput dan menggunakan wawancara mendalam dengan beberapa informan tertentu sebagai sumber data.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, terdapat pembeda atau lebih dekat dengan istilah kebaruan (*novelty*) dari penelitian peneliti dengan beberapa jurnal terdahulu. Dalam hal ini, kebaruan dapat dilihat dari kajian objek yang diteliti, di mana belum banyak ditemukan penelitian terdahulu yang secara khusus membahas mengenai konteks maskulinitas yang dipaparkan pada sebuah akun media sosial Instagram.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Maskulinitas dalam Novel Hilda (Cinta, Luka, dan Perjuangan) dengan Novel Cinta dalam Mimpi Karya Muyassarotul Hafidzoh	Konstruksi Maskulinitas Perempuan Melawan Tindak Kekerasan pada Film Thriller (Analisis Semiotika pada Film Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak)	<i>Hegemonic Masculinity in The Tradition of Women Proposing Marriage</i>	<i>Masculinity in Metropop Novels</i>	<i>Representasi Maskulinitas dalam Iklan Kahf Versi Wajah Cerah dan Berenergi</i>	<i>Forms of Female Masculinity Power in the Novel Women Waiting in the Hallway to the Sea by Dian Purnomo</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Hayati Badrunnisa dan Novi Diah Haryanti, 2025, Bestari: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pengajarannya	Mulyani Pratiwi, Husnan Nurjuman, Yoki Yusanto, 2021, Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi	Refti Handini Listyani, Yurike Natasya Ariani, Moh Syamsi Dhuha, Erfina Dwi Rosidah,	Nisfatul Syarifa, Azizatz Zahro, 2022, RETORIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya	Fadilah Handayani, Azfa Akbar Fadhil, R. Nanang Widyatmoko, 2025, Jurnal Audiens	Fatimatus Zahro, Taswirul Afkar, Engkin Suwandana, 2025, International Journal of Education and

				Rif'a Izza Sailurroqma, 2024, HUMANISMA: Journal of Gender Studies			Applied Linguistics (IJMEAL) Multilingual
3.	Fokus Penelitian	Penelitian ini berfokus pada kajian sastra banding yang menganalisis dua tokoh yakni Gus Wafa dan Gus Syauqi mengenai sifat maskulinitas dan menyoroti bagaimana kedua tokoh ini merepresentasikan maskulinitas yang ditunjukkan melalui	Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana konstruksi maskulinitas perempuan dibentuk dalam usaha melawan tindak kekerasan pada perempuan. Dalam hal ini, penelitian mengkaji bagaimana film Marlina Si	Penelitian ini berfokus untuk membahas hegemoni maskulinitas pada tradisi unik di Desa Lembor, Lamongan. Tradisi ini melibatkan perempuan yang melamar laki-laki. Dalam penelitian ini, terdapat analisis mendalam	Penelitian ini berfokus untuk menganalisis maskulinitas pada karakter pria metroseksual dalam berbagai novel bergenre metropop. Dalam hal ini, penelitian melihat bagaimana maskulinitas dapat digambarkan pada latar kehidupan	Penelitian ini berfokus untuk mengkaji bagaimana pandangan maskulinitas dalam iklan Kahf versi "Wajah Cerah dan Berenergi". Dalam hal ini, penelitian menganalisis bagaimana iklan menampilkan	Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana representasi kekuasaan maskulinitas perempuan pada novel Perempuan yang Menunggu di Lorong Menuju Laut. Dalam hal ini, penelitian membahas mengenai bagaimana

		kepemimpinan, penampilan, dan kekuatan di tengah isu kesetaraan gender.	Pembunuh dalam Empat Babak menampilkan perempuan yang memiliki sisi maskulin sebagai bentuk perlawanan saat marak terjadi kekerasan yang menempatkan perempuan sebagai korban.	mengenai apakah tradisi ini memberikan inisiatif dan kebebasan pada perempuan atau hanya menetapkan dominasi laki-laki dalam struktur patriarki.	urban yang menonjolkan karakteristik fisik, tren <i>fashion</i> , stabilitas ekonomi, dan sosial.	citra pria modern yang peduli terhadap kesehatan dan penampilan yang bertentangan dengan pandangan maskulinitas tradisional.	Shalom sebagai tokoh utama perempuan membangun perlawanan, kekuatan, dan kemandirian dalam menghadapi ketidaksetaraan gender.
4.	Teori	Penelitian menggunakan teori Maskulinitas oleh David dan Brannon (1976).	Penelitian menggunakan teori konstruksi sosial realitas oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, teori Semiotika oleh Charles Sanders Peirce, dan konsep	Penelitian menggunakan teori Hegemoni Maskulinitas oleh Raewyn Connell.	Penelitian menggunakan pendekatan konsep maskulinitas dari konstruksi sosial, fenomena pria metroseksual, dan konsep New Man (Beynon).	Penelitian menggunakan pendekatan teori Semiotika oleh Roland Barthes.	Penelitian menggunakan pendekatan teori Maskulinitas oleh Raewyn W. Connell.

			maskulinitas oleh Deborah David dan Robert Brannon.				
5.	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis, menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan sastra bandingan.	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode analisis teks menggunakan semiotika aliran Peirce.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kritis dalam menganalisis relasi kuasa dan jenis penelitian kualitatif.	Penelitian ini berjenis kualitatif dengan human instrument, di mana peneliti dijadikan instrumen utama dalam hal pengumpulan dan analisis data.	Penelitian ini menggunakan metode analisis Semiotika Roland Barthes dan berjenis deskriptif kualitatif.	Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif dengan pengumpulan sumber data teks dari novel Perempuan yang Menunggu di Lorong Menuju Laut karya Dian Purnomo (2023).
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Persamaan dalam penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada konsep maskulinitas yang digunakan dan	Persamaan dalam penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada konsep maskulinitas yang digunakan dan pendekatan metode	Persamaan dalam penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada konsep maskulinitas yang digunakan dan	Persamaan dalam penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada konsep maskulinitas yang digunakan dan	Persamaan dalam penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada konsep maskulinitas yang digunakan dan jenis	Persamaan dalam penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada konsep maskulinitas yang digunakan dan jenis

		pendekatan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian secara deskriptif kualitatif.	jenis penelitian secara kualitatif.	jenis penelitian secara kualitatif.	penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian deskriptif kualitatif.
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada pendekatan sosiologis dan metode sastra bandingan yang dilakukan oleh penelitian terdahulu serta objek yang digunakan dalam penelitian	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang digunakan, di mana penelitian terdahulu menganalisis semiotika pada film Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak.	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada kajian objek penelitian yang digunakan dan pendekatan metode yang digunakan, di mana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kritis	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada metode penelitian yang digunakan, proses pengolahan, dan sumber data, di mana penelitian terdahulu menggunakan human instrument untuk pengumpulan data.	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada kajian objek penelitian yang digunakan dan metode analisis, di mana penelitian terdahulu menggunakan metode analisis Semiotika oleh Roland Barthes.	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu terletak pada kajian objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis penelitian yang digunakan, di mana penelitian terdahulu menggunakan teks sebagai sumber data.

8.	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kedua tokoh merepresentasikan nilai maskulinitas hibrid, di mana terdapat pencampuran antara daya tarik modern dan nilai tradisional yang religius. Hal ini didasarkan pada beberapa aspek seperti penampilan, kepemimpinan, keberanian, dan kekuatan.	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa film tersebut mengonstruksi maskulinitas perempuan. Hal ini ditandai dengan berbagai karakter maskulin pada tokoh Marlina seperti bersikap tenang, mandiri, berani, sedikit bicara, berpikir praktis, dan berbagai aspek lain. Film ini juga hadir sebagai antitesis (perlawanan) untuk menghapus konstruksi yang	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tradisi perempuan melamar laki-laki di Desa Lembor bukan bentuk dari emansipasi perempuan, namun merupakan adaptasi dari norma patriarki yang menegakkan hegemoni maskulinitas. Hal ini didasarkan pada stigma sosial, dominasi keputusan, posisi	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa konstruksi maskulinitas pria metroseksual dalam novel metropop dibangun dalam beberapa aspek seperti aspek fisik, <i>fashion</i> , status sosial, dan kepribadian. Dengan demikian, pria metroseksual dalam novel metropop merepresentasikan maskulinitas yang mencampurkan sifat gaya hidup	Hasil dari penelitian ini menyatakan iklan Kahf merekonstruksi makna maskulinitas melalui beberapa aspek pergerakan nilai sosial seperti maskulinitas modern, redefinisi kekuatan, normalisasi perilaku (konotatif) dan penanaman nilai perawatan diri menjadi sosok yang lebih	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Shalom si tokoh utama merepresentasikan kekuasaan maskulinitas melalui beberapa aspek seperti kemandirian (independence), ketangguhan fisik (physical toughness), dan mengontrol situasi orang lain (controlling other people's situations). Perempuan juga menunjukkan
----	-------------------------	---	--	--	---	---	--

			menganggap perempuan sebagai makhluk yang lemah.	subordinat, dan adaptasi patriarki.	modern dan sifat kerja keras konvensional.	percaya diri (denotatif).	kekuasaan dengan menampilkan sifat maskulinitas.
--	--	--	--	-------------------------------------	--	---------------------------	--

2.2. Landasan Konsep

Berikut merupakan landasan konsep yang digunakan dalam penelitian agar dapat menjadi acuan, dasar pemahaman, dan menjelaskan terminologi hubungan antar konsep dalam penelitian ini.

2.2.1 Persepsi

Persepsi merupakan sebuah proses kognitif di mana seorang individu melalui panca inderanya memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang diterima agar dapat memberikan makna pada lingkungannya (Robbins & Judge, 2017). Secara etimologis, persepsi sendiri berasal dari bahasa latin yakni '*perception*' yang memiliki arti menerima atau mengambil. Deddy Mulyana (2021) mengungkapkan bahwa persepsi adalah inti komunikasi, sementara penafsiran merupakan inti persepsi. Hal ini identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam sebuah proses komunikasi. Joseph A. Devito dalam buku "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar" oleh Mulyana (2021) menyatakan definisi persepsi merupakan proses yang menjadikan manusia sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra mereka. Di sisi lain, Brian Fellows berpendapat bahwa persepsi merupakan proses yang memungkinkan suatu organisme dalam menerima dan menganalisis informasi.

Persepsi disebut sebagai inti komunikasi. Hal ini dikarenakan jika persepsi manusia tidak akurat, maka tidak mungkin manusia berkomunikasi dengan efektif (Mulyana, 2021). Persepsi inilah yang menentukan dalam pemilihan suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antarindividu, maka akan sering dan mudah mereka berkomunikasi. Nantinya, hal ini akan membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas (Mulyana, 2021).

Kemudian, Deddy Mulyana (2021) menjelaskan bahwa persepsi manusia terbagi menjadi dua bagian, yakni persepsi terhadap objek dan persepsi terhadap manusia. Persepsi manusia bersifat dinamis, menjadikan hal ini lebih sulit dan kompleks. Persepsi terhadap objek dipaparkan melalui lambang-lambang fisik, sementara persepsi terhadap manusia

dipaparkan melalui lambang verbal dan nonverbal. Kemudian, persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sementara persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam. Dalam hal ini meliputi motif, perasaan, dan sebagainya). Perbedaan terakhir adalah objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi.

Dalam konteks persepsi, persepsi sosial merupakan proses menangkap arti objek sosial dan kejadian-kejadian yang dialami dalam lingkungannya. Manusia bersifat emosional, oleh karena itu setiap penilaian terhadap mereka akan mengandung risiko (Mulyana, 2021). Beberapa prinsip oleh Mulyana mengenai persepsi sosial akan dijelaskan sebagai berikut

1. Persepsi berdasarkan pengalaman: Persepsi ini membahas mengenai pola perilaku manusia yang akan dibentuk sesuai dengan realitas sosial yang telah dipelajari. Dalam hal ini, pengalaman sangat berkaitan dengan persepsi manusia terhadap objek, seseorang atau kejadian. Tentu hal ini sangat bergantung dengan apa yang telah diajarkan oleh budaya. Hanya karena manusia terbiasa merespon suatu objek dengan cara pandang tertentu, sering kali mereka juga gagal dalam mempersepsi objek lain yang mirip. Apabila berdasarkan pengalamannya manusia melihat bahwa objek tersebut diperlakukan dengan cara tertentu, akan sangat berbeda ketika manusia menemukan cara baru untuk memperlakukan objek tersebut, berdasarkan persepsi yang lama itu.

2. Persepsi bersifat selektif: Persepsi ini membahas mengenai manusia yang dilengkapi dengan jutaan rangsangan indrawi. Manusia harus memilih dengan memperhatikan rangsangan yang sedikit. Dalam hal ini, atensi atau perhatian berperan penting dalam menentukan sifat selektif terhadap rangsangan tersebut. Terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi atensi. Faktor internal meliputi faktor biologis (lapar dan haus), fisiologis (pendek, tinggi, gemuk, kurus), dan sosial budaya seperti agama, gender, dan tingkat pendidikan. Sementara itu, faktor

eksternal meliputi atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, kontras, intensitas, dan kebaruan.

3. Persepsi bersifat dugaan: Persepsi ini membahas tentang dugaan yang memungkinkan manusia untuk menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang mana pun. Hal ini dikarenakan data yang diperoleh manusia tentang objek melalui indra tidak pernah lengkap, maka persepsi merupakan lompatan langsung pada kesimpulan. Manusia harus mengisi ruang kosong yang tidak lengkap tersebut untuk melengkapi gambaran dan menyediakan informasi yang hilang. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi juga merupakan proses pengorganisasian informasi yang tersedia, dan memungkinkan kita sebagai manusia mendapatkan makna yang lebih umum.

4. Persepsi bersifat evaluatif: Persepsi ini membahas tentang bagaimana manusia berpikir perasaan mereka adalah persepsi yang nyata. Mereka berpikir bahwa menerima dan menafsirkan pesan adalah proses yang alami. Persepsi tidak ada yang pernah bersifat objektif. Manusia menginterpretasikan makna sesuai dengan pengalaman masa lalu dan kepentingan masing-masing. Dalam hal ini, menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses kognitif psikologis dalam diri manusia yang mencerminkan sikap, nilai, kepercayaan, dan pengharapan dalam memberi makna objek persepsi.

5. Persepsi bersifat kontekstual: Persepsi ini menyatakan bahwa salah satu pengaruh paling kuat dalam persepsi adalah konteks. Ketika manusia melihat suatu objek, seseorang, atau suatu fenomena, konteks akan sangat mempengaruhi struktur kognitif. Dalam hal ini ekspektasi dan persepsi manusia itu sendiri. Persepsi ini memiliki dua prinsip. Prinsip pertama memaparkan bagaimana struktur objek atau kejadian dinilai berdasarkan kemiripan atau kedekatan, dan prinsip kedua memaparkan bahwa manusia

sering kali mempersepsi suatu kejadian atau rangsangan yang meliputi objek dan latar belakangnya.

2.2.2 Generasi Z

Generasi Z merupakan suatu kelompok generasi yang lahir di antara generasi alfa dan milenial. Dimock (2019) dari *Pew Research Center* mengungkapkan bahwa generasi Z merupakan mereka yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai 2012. Periode waktu ini menunjukkan perkembangan teknologi yang pesat dan kemajuan ekonomi yang lebih stabil. Di sisi lain, Hardey (2007) menjelaskan bahwa generasi Z memiliki nama lain yakni *iGeneration* karena sudah mengenal dekat dan tumbuh dengan dunia digital. Menyoroti budaya generasi Z, generasi Z sangat mengadopsi gaya hidup digital. Hal ini disebabkan karena mereka lahir dan tumbuh dengan internet. Setidaknya ada 7 ciri generasi yang dinyatakan oleh Henderson (2023) dalam menjadi *digital native generation*, yakni bersifat ambisius dan berorientasi pada uang, senang berpertualang, menyukai batasan-batasan yang tegas, mahir bermain *game online*, senang berpertualang, menggunakan media sosial, dan menyukai nostalgia.

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2025) generasi Z merupakan kelompok demografis terbesar dengan jumlah total penduduk hingga 848.590. Terdapat beberapa karakteristik generasi Z yang diungkapkan oleh Ariana Soemanto selaku mantan Kepala Lembaga Komunikasi dan Layanan Informasi Publik (KLIK) Kementerian ESDM dalam (Humas Indonesia, 2023). Sejumlah karakter tersebut meliputi praktis, mudah puas, tidak kaku, serba instan, dan sederhana. Ia menyoroti bahwa karakteristik generasi Z sudah terbiasa dengan penggunaan media sosial dan internet. Generasi Z juga sering menggunakan berbagai aplikasi yang dapat mendukung untuk menyelesaikan pekerjaan mereka agar lebih efisien dan kreatif.

2.2.3 Maskulinitas

Maskulinitas merupakan sebuah konsep mengenai peran sosial, perilaku, dan makna yang dikaitkan pada laki-laki di waktu tertentu. Hal ini menunjukkan sifat maskulin memiliki sifat yang statis dan dapat mengalami perubahan makna sesuai dengan lingkungan sekitarnya. Ide mengenai kelelakian masih sering dianggap sebagai suatu konsep yang tidak dapat dibatasi (Budiastuti & Wulan, 2014). Pernyataan ini berorientasi pada hal-hal yang sudah dipersepsikan sebagai hal-hal yang tidak dapat dilepaskan dari laki-laki seperti ketampanan, kekuatan, keberanian, dan berbagai sifat lainnya yang sering kali dikaitkan erat dengan identitas laki-laki. Sifat maskulinitas memang telah melekat sejak lahir. Hal ini didukung dengan konstruksi sosial yang memperlihatkan sifat laki-laki dari gaya berbicara, berpenampilan, kuat, tegar, berotot, dan tidak menangis dianggap sebagai laki-laki sejati. Konsep maskulinitas inilah yang cenderung dapat membuat laki-laki merasa terbebani bahkan cemas karena tertekan oleh ekspektasi orang lain yang memaksa diri mereka menjadi seorang yang maskulin (Setyaningsih et al., 2021).

Konsep maskulinitas dalam setiap budaya didefinisikan secara berbeda. Dalam budaya timur, maskulinitas terbentuk dan dipengaruhi oleh berbagai faktor kebudayaan melalui beberapa aturan dan kewajiban yang diajarkan. Syulhajji S (2017) mengungkapkan bahwa berbagai atribut budaya dan aturan dapat didapat melalui berbagai jenis media seperti pola asuh orang tua, jenis permainan, ritual adat, agama, bahkan tayangan televisi yang diberikan oleh orang tua. Hal ini secara tidak langsung dapat membentuk citra diri seorang laki-laki tentang bagaimana mereka berperilaku dalam hidupnya. Kondisi ini menampilkan cara laki-laki tersebut berbicara, berpakaian, berekspresi, dan berbagai aktivitas lainnya.

Janetz Saltzman Chafetz, seorang psikolog menyatakan bahwa terdapat tujuh konsep karakteristik maskulinitas dalam struktur sosial yang terdiri dari penampilan fisik, fungsional, seksual, emosional, intelektual,

interpersonal, dan karakter personal laki-laki (Sari et al., 2019). Sementara itu, David & Brannon (1976) menyatakan sifat-sifat maskulinitas yang terbagi menjadi empat bagian diantaranya cara berpenampilan, kepemimpinan, kekuatan, dan keberanian. Berikut pembahasan lebih lanjut mengenai keempat sifat maskulin tersebut:

1. *No Sissy Stuff: the Stigma of Anything Vaguely Feminine*. Pada elemen ini, disebutkan bahwa laki-laki tidak mengenakan properti seperti perempuan. Dalam hal ini, laki-laki harus menghindari karakteristik, perilaku maupun segala hal yang berkaitan dengan perempuan. Pada konsep ini dijelaskan bahwa laki-laki “sungguhan” tidak diizinkan untuk menyerupai perempuan atau menunjukkan karakteristik yang feminin. Hal dasar inilah yang diterapkan pada seluruh aspek kehidupan dan menjelaskan hal-hal apa saja yang tidak dianggap maskulin.

2. *The Big Wheel: Success, Status, and the Need to be Looked Up to*. Pada elemen ini, disebutkan bahwa laki-laki dituntut untuk menjadi sosok yang penting. Salah satu hal yang paling terlihat dalam lingkungan sosial adalah “menjadi sukses”. Sukses sering kali didefinisikan sebagai martabat, pencapaian, kemakmuran, ketenaran, kekuasaan, dan posisi memimpin yang kuat. Dalam hal ini, maskulinitas diukur dari kesuksesan, kekuasaan, status, dan kekayaan agar dinilai maskulin dalam lingkungannya.

3. *The Sturdy Oak: A Manly Air of Toughness, Confidence, and Self-Reliance*. Pada elemen ini, seorang pria harus menjadi pribadi yang kuat. Dalam hal ini, laki-laki harus bertindak secara rasional, mandiri, dan kuat. Konsep ini menegaskan laki-laki untuk tetap tenang dalam segala situasi atau kondisi yang ada dan tidak menunjukkan kelemahan mereka. Terdapat kepercayaan diri dan keseriusan yang ditunjukkan oleh laki-laki yang menginginkan rasa dihargai meskipun dalam kondisi gagal. Kemudian, ukuran fisik dan kekuatan juga dianggap lebih relevan dengan gambaran konsep ini.

4. *Give em Hell: The Aura of Aggression, Violence, and Daring*. Pada elemen ini, disebutkan bahwa laki-laki harus menjadi pemberani. Dalam hal

ini, laki-laki dituntut untuk memiliki aura agresif dan keberanian dalam mengambil sebuah risiko meskipun terdapat ketakutan tersendiri. Sifat agresif di sini didefinisikan sebagai laki-laki yang berada di atas rata-rata, dan bisa diasumsikan sebagai “pujian”.

2.2.4 Media Sosial Instagram

Menurut Clow & Baack (2016) Instagram merupakan salah satu platform media yang digunakan untuk berbagi foto dan video secara daring, yang dinaungi oleh Facebook. Saat ini, platform media sosial Instagram banyak digunakan masyarakat dalam berbagi informasi dan bertukar pesan. Tidak hanya itu, Instagram juga merupakan salah satu platform populer yang dapat digunakan sebagai media pemasaran. Di sisi lain, (Albarran, 2013) mengungkapkan bahwa Instagram merupakan situs jejaring sosial yang berfungsi untuk membagikan foto atau video.

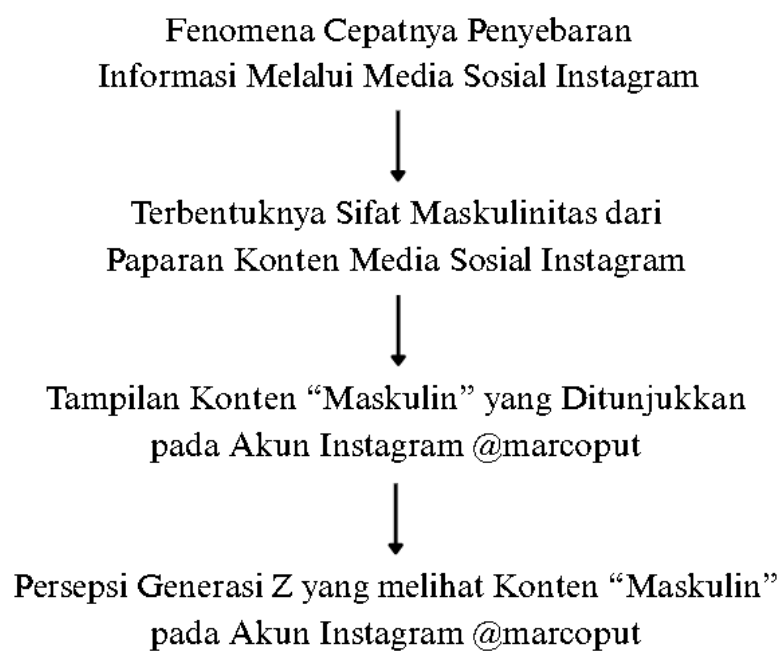
2.2.5 Konten Kreator

Content Creator merupakan suatu profesi yang memproduksi konten berupa gambar, video, tulisan, maupun gabungan dari beberapa materi. Konten-konten tersebut dibuat dan diunggah pada berbagai platform media sosial seperti Youtube dan Instagram (Sayugi, 2018). Selain bekerja dalam proses pembuatan konten, seorang *content creator* juga dituntut untuk memiliki ide dan bagaimana cara mempertahankan posisi mereka. Kemunculan berbagai *content creator* telah memunculkan fenomena baru khususnya di kalangan Generasi Z. Hal ini tentu didukung dengan penggunaan media sosial di kalangan anak muda yang sering kali menggunakan media sosial sehingga melahirkan profesi baru yakni *content creator* (Hermawan, 2018).

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah struktur konseptual yang mengaitkan beberapa teori dan konsep dengan masalah penelitian. Fungsi dari kerangka pemikiran adalah untuk menjadi “arah” dan peta untuk memandu peneliti agar tetap berfokus pada rumusan masalah dan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, kerangka berpikir mengandung unsur persepsi dan pemaknaan. Persepsi merupakan sebuah

proses mengelola dan menerjemahkan informasi dalam membentuk sebuah makna. Polancik (2009) menyatakan bahwa kerangka berpikir merupakan diagram yang berperan sebagai alur logika sistematis tema yang akan dipaparkan. Di sisi lain, Sapto Haryoko (1999) dalam Sugiyono (2010) berpendapat bahwa kerangka berpikir perlu dibuat jika terdapat dua variabel atau lebih dalam penelitian tersebut. Dalam memahami realitas atas suatu fenomena, manusia membutuhkan hal yang dikenal sebagai persepsi. Nantinya, persepsi yang telah dibentuk oleh seorang individu akan membentuk sikap atau perilaku. Dalam penelitian ini, penulis meneliti tentang bagaimana persepsi dan pemaknaan generasi Z mengenai maskulinitas pada akun Instagram @marcoput. Berdasarkan pemaparan beberapa konsep di atas, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Olahan Peneliti (2026)