

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu hal yang paling penting dalam penelitian ini, selain membantu menjadi acuan dalam proses penelitian juga membantu dalam pembahasan baik teori, konsep, dan pembahasan untuk melengkapi penelitian ini. Penelitian terdahulu yang dipilih juga memiliki kesesuaian dan serupa dengan topik pembahasan penelitian yang akan dilakukan agar analisis terhadap topik dapat disampaikan secara komprehensif. Penelitian ini menggunakan sepuluh penelitian terdahulu sebagai referensi utama baik internasional maupun nasional yang sudah memiliki akreditasi.

Penelitian pertama, ditulis oleh Eric Anderson dengan judul penelitian “The Impact of Feminist Approaches on Masculinity Scholarship”. Penelitian ini bertujuan menyoroti maskulinitas dalam kaitannya dengan feminisme dan menunjukkan pergeseran historis dari konstruksi maskulinitas menuju kepentingan kategorikal laki-laki. Penelitian ini menggunakan kajian literatur dari artikel terdahulu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa feminisme kritis membahas laki-laki cenderung diposisikan sebagai sumber masalah dan mengabaikan kontribusi positif mereka. Namun, beberapa jurnal yang tidak secara langsung membahas feminisme menawarkan lebih luas kajian maskulinitas dan lebih memperluas pemahaman.

Penelitian kedua, ditulis oleh Chika Remigious E dan Oluyinka Ojedokun dengan judul penelitian “Masculine Norms and Mental Health of African Men: What Can Psychology Do?”. Penelitian ini bertujuan membahas hubungan antara norma maskulinitas dan kesehatan mental laki-laki di Afrika. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan *Social Construction Theory* dan *Role Theory*. Hasil dari penelitian ini adalah laki-laki di Afrika cenderung rentan terhadap kesehatan mental yang buruk, hal ini terjadi bahwa internalisasi norma maskulinitas sosial yang tidak terbantahkan sesuai didefinisikan oleh lingkungan sosial budaya.

Penelitian ini juga mengusulkan model inklusif untuk menangani konstruksi sosial agar dapat membantu laki-laki di Afrika menjadi kurang rentan pada gangguan kesehatan mental dan menyembuhkan mereka pada keruntuhan mental.

Penelitian ketiga, ditulis oleh Erica Scharrer dan Stephen Warren dengan judul penelitian “Adolescents’ Modern Media Use and Beliefs About Masculine Gender Roles and Norms”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara durasi penggunaan media dengan keyakinan tentang peran dan norma gender maskulin. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan *Cultivation Theory*. Hasil dari penelitian ini penggunaan media yang tinggi terutama pada televisi, video game, dan Youtube terdapat peningkatan dukungan remaja pada aspek ideologi mengenai maskulin tradisional.

Penelitian keempat, ditulis oleh Emma A. Renstrom dan Hanna Back dengan judul penelitian “Manfluencers and Young Men’s Misogynistic Attitudes: The Role of Perceived Threats to Men’s Status”. Penelitian ini bertujuan mengkaji paparan *manfluencer* di media sosial dapat meningkatkan sikap misoginis terutama pada pengalaman laki-laki merasa mendapatkan penolakan oleh perempuan di masa lalu. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Intergroup Threat Theory*. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa konten *manfluencer* dapat memperkuat sikap misoginis pada pria muda terutama pada ancaman terhadap identitas maskulin ataupun mengalami penolakan dari Perempuan.

Penelitian kelima, ditulis oleh Isaac Dery, Refiloe Makama, Anisur Rahman Kahn, dan Cuthebert Baataar dengan judul penelitian “Configuring traditional masculinities among young men in northwestern Ghana: Surveillance, ambivalences, and vulnerabilities”. Penelitian ini bertujuan menyoroti para pemuda dapat mengonstruksi maskulinitas dan feminitas dengan cara yang mereproduksi norma gender berbahaya, relasi, dan ketidaksetaraan kekuasaan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa pemuda dapat mengonstruksi maskulinitas dan feminitas dengan cara yang mereproduksi norma gender berbahaya, relasi, dan ketidaksetaraan kekuasaan. Walaupun terdapat permasalahan dalam konstruksi

maskulinitas yang terjadi, tampak para partisipan menawarkan potensi wacana maskulin alternatif yang menolak dan melawan ideal maskulinitas hegemonik.

Penelitian keenam, ditulis oleh Ziyan Fang dengan judul penelitian “Family and Cultural Influences on Young Men's Views on Feminism in China”. Penelitian ini bertujuan menyelidiki bagaimana struktur keluarga dan pengalaman pendidikan membentuk sensitivitas mereka terhadap isu-isu terkait gender. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan mayoritas rumah tangga keluarga Asia masih mengikuti norma gender tradisional, pemikiran tentang isu ini masih terbatas secara mendalam dan definisi tentang kesetaraan gender masih samar. Namun, laki-laki yang terpapar lingkungan yang beragam lebih menunjukkan sensitivitas yang lebih tinggi terhadap isu dan sisi perempuan dapat memberikan wawasan lebih rinci dan personal karena sering kali merujuk pada pengalaman nyata tentang ketidaksetaraan gender.

Penelitian ketujuh, ditulis oleh Jingshu Peng dengan judul penelitian “An analysis of how Chinese Netizens, especially men, react to feminism through social media”. Penelitian ini bertujuan menganalisis respons laki-laki Tiongkok terhadap feminisme di media sosial untuk memahami dinamika penerimaan dan penolakan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini fenomenologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di ruang daring ketika orang tidak setuju dengan pandangan politik orang lain, sebagian besar mereka akan memiliki kecenderungan menghina secara personal atau mengalihkan topik dibandingkan terlibat dengan argumen yang dikemukakan.

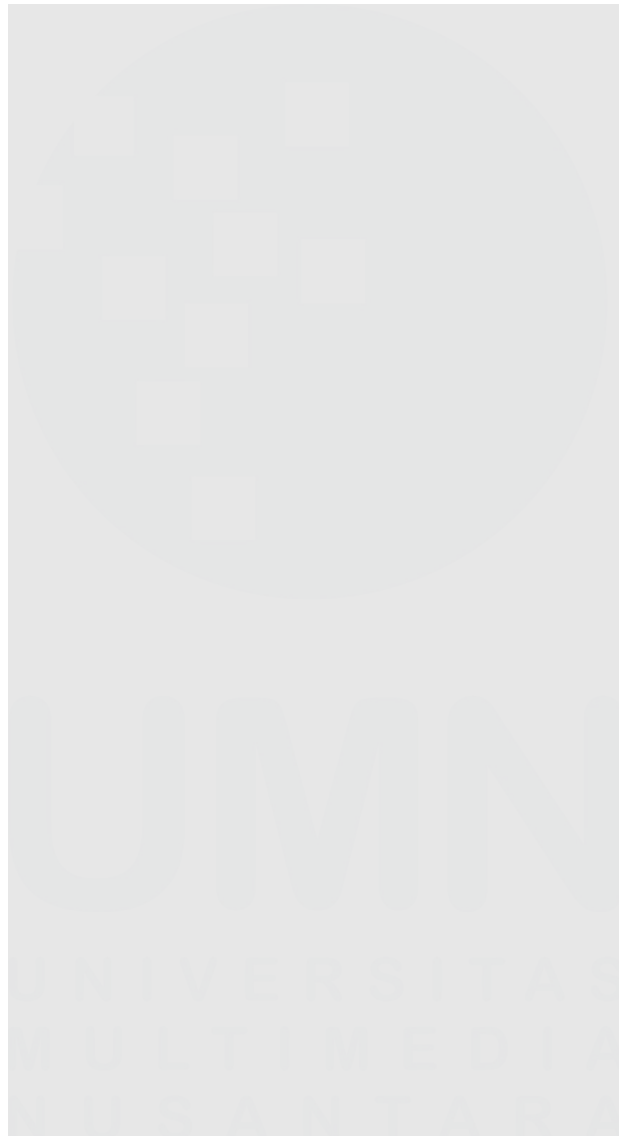
Penelitian kedelapan, ditulis oleh Betsy Milne, Idil Cambazoglu, Craig Haslop, dan Jessica Ringrose dengan judul penelitian “Researching Young Masculinities During the Rise of ‘Misogyny *Influencers*’: Exploring Affective and Embodied Discomfort and Dilemmas of Feminist and Queer Researchers”. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pandangan laki-laki muda merespons wacana misoginis di era “misogyny *Influencers*”. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan etnografi afektif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat penyebab cara pandang laki-laki muda yang berasal dari *Influencer*, membuat bagi kaum feminin tidak nyaman.

Penelitian kesembilan, ditulis oleh Stephanie Wescott, Steven Roberts, dan Xuenan Zhao dengan judul penelitian “The problem of anti-feminist ‘manfluencer’ Andrew Tate in Australian schools: women teachers’ experiences of resurgent male supremacy”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dari pengalaman guru perempuan pada antifeminis yang terjadi di sekolah Australian. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah Kualitatif. Hasil dari penelitian ini Andrew Tate mengubah cara pandang feminin pada pemuda laki-laki, hal ini menunjukkan adanya ketidaksetaraan gender yang terjadi di sekolah Australia.

Penelitian kesepuluh, ditulis oleh Jessica Kean dan Denise Buiten dengan judul penelitian “Young Men and Feminism: Gendered Struggle and Sense-Making for Australian University Students”. Penelitian ini bertujuan menelaah wacana feminis dan antifeminis yang dipopulerkan membentuk diskusi tentang laki-laki, anak laki-laki, dan maskulinitas. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa feminisme tidak hanya membentuk pemahaman perempuan, tetapi juga secara halus membentuk cara laki-laki muda memahami maskulinitas, tanggung jawab gender, serta pengalaman emosional.

Berdasarkan sepuluh jurnal penelitian terdahulu yang sudah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitiannya terdahulu belum melakukan penelitian khususnya pesan *pragmatic feminism* yang pesannya ditafsirkan oleh kelompok laki-laki Generasi Z. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada hubungan maskulinitas dengan feminisme (Anderson, 2023). Lalu, melihat kebudayaan norma maskulinitas pada kesehatan mental (Ezeugwu & Ojedokun, 2020). Peran media yang dapat membangun keyakinan gender maskulinitas (Scharrer & Warren, 2021). Mengkaji paparan seorang *manfluencer* yang mendorong sikap misoginis (Renström & Bäck, 2024). Kajian pemuda dapat membentuk maskulinitas dan femininitas dengan menawarkan potensi wacana maskulin alternatif (Dery et al., 2022). Kajian pembentukan isu gender yang berdasarkan keluarga dan pengalaman hidup (Fang, 2025). Kajian melihat respon dari laki-laki pada feminisme untuk memahami penerimaan dan penolakan (Peng, 2023). Kajian pandangan dan respon laki-laki terhadap wacana misoginis (Milne et al., 2024). Kajian pengalaman guru

perempuan yang mendapatkan ketidaksetaraan gender yang terjadi di sekolah oleh pemuda laki-laki yang bersikap anti-feminisme (Wescott et al., 2024). Kajian wacana feminis dan antifeminis yang dipopulerkan membentuk diskusi laki-laki, anak laki-laki dan maskulinitas (Kean & Buiten, 2024).



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Anderson (2023)	Ezeugwu & Ojedokun (2020)	Scharrer & Warren (2021)	Renström & Bäck (2024)	Dery et al. (2022)
Judul Artikel	<i>The impact of feminist approaches on masculinity scholarship</i>	<i>Masculine norms and mental health of African men: what can psychology do?</i>	<i>Adolescents' Modern Media Use and Beliefs About Masculine Gender Roles and Norms</i>	<i>Manfluencers and Young Men's Misogynistic Attitudes: The Role of Perceived Threats to Men's Status</i>	<i>Configuring traditional masculinities among young men in northwestern Ghana: Surveillance, ambivalences, and vulnerabilities</i>
Masalah dan Tujuan	Hubungan maskulinitas dengan feminisme serta pergeseran kajian konstruksi sosial ke kepentingan kategorikal laki-laki.	Hubungan antara norma maskulinitas dan kesehatan mental laki-laki di Afrika.	Mengkaji hubungan antara durasi penggunaan media dengan keyakinan tentang peran dan norma gender maskulin.	Mengkaji paparan manfluencer di media sosial mendorong sikap misogynis, pada laki-laki dengan pengalaman penolakan dari perempuan.	Mengkaji pemuda membentuk maskulinitas dan feminitas yang memperkuat norma gender berbahaya serta ketidaksetaraan kekuasaan.
Teori / Konsep	Queer Theory	<i>Social Construction Theory</i> dan <i>Role Theory</i>	<i>Cultivation Theory</i>	<i>Intergroup Threat Theory</i>	<i>hegemonic masculinity</i>
Jenis Penelitian, Metode, Teknik Pengumpulan Data	Kajian literatur	<i>Mixed-methods</i>	Kuantitatif / survei	Kuantitatif / survei	Kualitatif / wawancara
Kesimpulan Penelitian	Feminisme kritikal membahas laki-laki cenderung diposisikan sebagai sumber masalah dan mengabaikan kontribusi positif mereka.	Laki-laki di Afrika cenderung rentan terhadap kesehatan mental yang buruk, norma maskulinitas sosial yang tidak terbantahkan.	Penggunaan media yang tinggi terutama pada televisi, video game, dan Youtube terdapat peningkatan dukungan remaja pada aspek ideologi mengenai maskulin tradisional.	Konten <i>manfluencer</i> dapat memperkuat sikap misogynis pada pria muda terutama pada ancaman terhadap identitas maskulin	Pemuda dapat mengonstruksi maskulinitas dan feminitas dengan cara yang mereproduksi norma gender berbahaya, relasi, dan ketidaksetaraan kekuasaan.

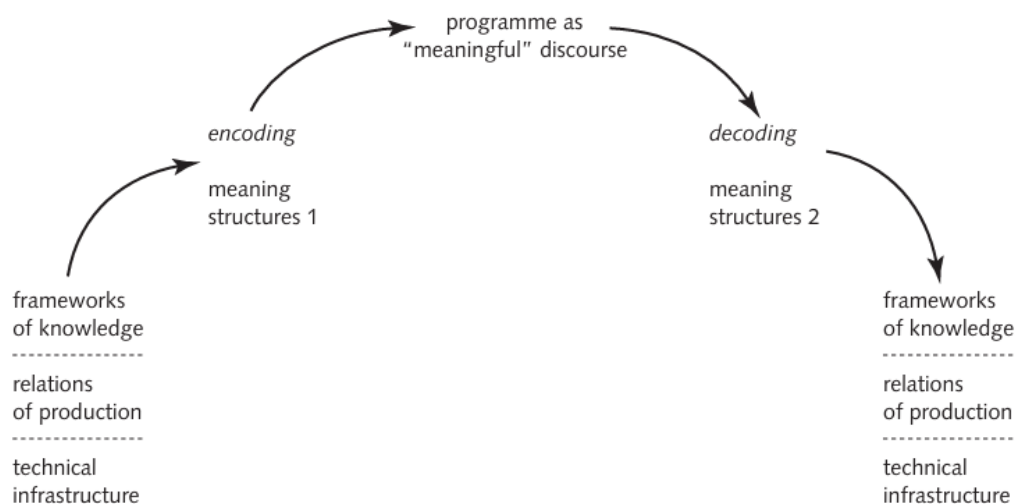
Nama Peneliti	Fang (2025)	Peng (2023)	Milne et al. (2024)	Wescott et al. (2024)	Kean & Buiten (2024)
Judul Artikel	<i>Family and Cultural Influences on Young Men's Views on Feminism in China</i>	<i>An analysis of how Chinese Netizens, especially men, react to feminism through social media</i>	<i>Researching Young Masculinities During the Rise of 'Misogyny Influencers': Exploring Affective and Embodied Discomfort and Dilemmas of Feminist and Queer Researchers</i>	<i>The problem of anti-feminist 'manfluencer' Andrew Tate in Australian schools: women teachers' experiences of resurgent male supremacy</i>	<i>Young Men and Feminism: Gendered Struggle and Sense-Making for Australian University Students</i>
Masalah dan Tujuan	Menyelidiki bagaimana struktur keluarga dan pengalaman pendidikan membentuk sensitivitas mereka terhadap isu-isu terkait gender.	Menganalisis respons laki-laki Tiongkok terhadap feminisme di media sosial untuk memahami dinamika penerimaan dan penolakan.	Mengeksplorasi pandangan laki-laki muda merespons wacana misoginis di era "misogyny Influencers"	Menganalisis dari pengalaman guru perempuan pada antifeminis yang terjadi di sekolah Australian.	menelaah wacana feminis dan antifeminis yang dipopulerkan membentuk diskusi tentang laki-laki, anak laki-laki, dan maskulinitas.
Teori / Konsep	<i>Cohort replacement theory</i>	<i>Objectification/ad hominem</i>	<i>Feminist Theory</i>	<i>Hegemonic masculinity Theory</i>	<i>Feminist Theory</i>
Jenis Penelitian, Metode, Teknik Pengumpulan Data	Kualitatif / wawancara semi-terstruktur	Fenomenologi	Etnografi afektif / wawancara	Kualitatif / wawancara	Kualitatif / Wawancara
Kesimpulan Penelitian	Mayoritas rumah tangga keluarga Asia masih mengikuti norma gender tradisional, pemikiran tentang isu ini masih terbatas dan definisi tentang kesetaraan gender masih samar.	Bahwa di ruang daring ketika orang tidak setuju dengan pandangan politik orang lain, sebagian besar mereka akan memiliki kecenderungan menghina secara personal	Terdapat penyebab cara pandang laki-laki muda yang berasal dari <i>Influencer</i> , membuat bagi kaum feminin tidak nyaman.	Andrew Tate mengubah cara pandang feminin pada pemuda laki-laki, hal ini menunjukkan adanya ketidaksetaraan gender yang terjadi di sekolah Australia.	feminisme tidak hanya membentuk pemahaman perempuan, tetapi juga secara halus membentuk cara laki-laki muda memahami maskulinitas, tanggung jawab gender, serta pengalaman emosional.

Sumber: Hasil Olahan Penelitian (2025)

2.2 Teori Resepsi

Penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi Laki-laki Generasi Z Terhadap Pesan *Pragmatic Feminism* dalam Konten Michelle Halim” akan menggunakan landasan teori yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Dalam penelitian ini akan membahas terkait dengan resepsi laki-laki Generasi Z pada sebuah pesan yang dikemukakan oleh seorang *Influencer* Michelle Halim. Struktur makna dalam pesan tidak semata-merta sama dengan struktur makna dalam benak audiens, karena pesan yang dikirimkan melalui pembuat pesan, dapat memiliki makna yang berbeda dari sudut pandang audiens (Hall, 1999). Namun, proses pesan dari sumber menuju penerima pesan melalui tahap *Encoding* dan *Decoding* (Hall, 1999, p. 508).

Encoding dipersepsikan sebagai pesan yang berasal dari pengirim pesan, pada tahapan ini pengirim baik produksi atau pembuat pesan menyusun sebuah pesan yang akan dikirim kepada penerima. Sedangkan *Decoding* dipersepsikan sebagai audiens, khalayak, atau penerima pesan, pada tahapan ini pesan yang dikirim oleh pembuat pesan akan diterima dan ditafsirkan dari beberapa *frameworks*. Pesan yang dibentuk dan diterima oleh audiens, akan melalui tiga *frameworks* yaitu *frameworks of knowledge*, *relations of production*, dan *technical infrastructure* (Hall et al., 2005, p.120)



Gambar 2.1 Struktur *Encoding-Decoding*

Sumber: (Hall et al., 2005)

Hasna et al. (2024) bahwa dalam teori Hall mengartikan jika audiens memiliki kerangka budaya yang sama dengan pembuat pesan. Melalui tahapan

gambar di atas, memperlihatkan dengan jelas, proses pengiriman pesan dan penerimaan sebuah pesan melalui *Frameworks*.

- ***Frameworks of knowledge***

Merujuk pada sistem nilai, ideologi, pengalaman budaya, serta pengetahuan yang dimiliki individu maupun kelompok, baik dari pihak pembuat pesan maupun audiens. Unsur ini memengaruhi bagaimana pesan media dikonstruksi dan dimaknai. Apabila pembuat pesan dan audiens memiliki kesamaan dalam kerangka pengetahuan, maka pemaknaan cenderung berjalan searah atau dominan. Namun, bila terdapat perbedaan latar belakang sosial, budaya, maupun ideologi, maka interpretasi pesan bisa beragam, bahkan berlawanan.

- ***Relation of production***

Merujuk pada struktur kekuasaan, kepemilikan, serta kondisi sosial-ekonomi memiliki pengaruh besar. Audiens yang memahami adanya relasi produksi ini biasanya akan lebih kritis dalam memaknai pesan yang mereka terima dan pengirim pesan akan menentukan isi, gaya, serta arah pesan yang disampaikan.

- ***Technical infrastructure***

Merujuk pada perangkat teknologi dan platform media yang digunakan untuk menyampaikan pesan seperti televisi, radio, internet, algoritma media sosial, serta fitur interaktif digital berperan dalam membentuk pengalaman audiens. Unsur ini juga memengaruhi cara pesan diterima dan dimaknai melalui sistem rekomendasi, filter algoritmik, maupun tampilan visual yang disajikan.

Aspek-aspek *Frameworks of knowledge*, *Relation of production*, dan *Technical infrastructure* yang telah dijelaskan, hal ini menjadi bagian penting dalam teori resepsi Stuart Hall. Teori ini menekankan bahwa proses komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh pembuat pesan saja melainkan juga audiens dalam menafsirkan pesan tersebut berdasarkan *frameworks* tersebut. Hall (1999, pp. 515-517) mengemukakan tiga posisi hipotesis dalam proses *decoding* yang menggambarkan variasi posisi audiens dalam menafsirkan sebuah wacana.

- ***Dominant-hegemonic position***

Audiens akan menerima dan memahami pesan yang berasal dari pembuat pesan tanpa adanya penolakan terhadap pesan tersebut.

- ***Negotiated position***

Audiens pada dasarnya setuju akan tetapi terdapat penyesuaian pesan berdasarkan nilai-nilai pribadi atau pengalaman pribadi.

- ***Oppositional position***

Audiens akan melakukan penolakan makna dominan dan dapat memaknai sebuah pesan secara berlawanan, bahkan bertentangan dengan ideologi yang disampaikan pembuat pesan.

Dengan adanya tiga posisi *decoding* ini, hal ini menunjukkan bahwa audiens bukanlah penerima pasif, melainkan subjek aktif yang memiliki kapasitas untuk menerima, menegosiasikan, atau menolak makna pesan sesuai kerangka pengetahuan dan pengalaman sosial mereka. Dalam menggunakan teori resepsi Stuart Hall juga dapat membantu menganalisis penafsiran sebuah pesan yang dibuat dalam konten Michelle Halim dan penerimaan penafsiran makna dominan oleh audiens khususnya laki-laki Generasi Z. Serta, memperlihatkan posisi audiens laki-laki Generasi Z dalam menafsirkan sebuah wacana baik posisi *dominant-hegemonic position*, *negotiated position*, *oppositional position*.

2.3 Landasan Konsep

2.3.1 Pragmatic Feminism

Feminisme dipahami sebagai keyakinan keadilan gender tanpa adanya ketimpangan yang dibentuk dari sistem sosial. Salah satunya bentuk feminisme yaitu *pragmatic feminism*. Seigfried (1996) menjelaskan bahwa *pragmatic feminism* bisa dipahami sebagai bentuk feminisme yang berangkat dari tradisi pragmatisme Amerika, yang menekankan pengalaman sehari-hari perempuan seperti mengurus rumah, peranan mereka di sosial, dan memperjuangkan hak mereka sebagai dasar untuk membangun teori sekaligus praktik sosial. Pendekatan ini melihat bahwa kehidupan sehari-hari menyimpan potensi besar untuk mendorong perubahan dan kebebasan

bagi perempuan. Pragmatisme menekankan perhatian pada potensi dari pengalaman sehari-hari, yang menawarkan fondasi filosofis yang paling layak dan paling kuat bagi feminisme (Seigfried, 1996). Hal ini menunjukkan bahwa perhatian pragmatisme pada potensi pemberdayaan dari pengalaman sehari-hari menjadikannya fondasi filosofis yang relevan dan kuat bagi feminisme.

Fischer (2014) menjelaskan terdapat pada konsep *Feminist-Pragmatist Self* yang dipahami sebagai identitas diri yang bersifat lentur, terbuka terhadap relasi, dan terus berkembang. Individu tidak dipandang sebagai sesuatu yang statis, melainkan terbentuk dari pengalaman sosial, kesadaran feminis, serta keterlibatan kritis dengan struktur kekuasaan di sekitarnya. Dengan begitu, *pragmatic feminism* lebih dekat dengan kenyataan hidup perempuan, karena tidak hanya berhenti pada teori, tetapi juga berusaha memberi dampak nyata dan pemberdayaan perempuan dalam kehidupan sosial mereka yang saling beririsan.

Jika dilihat lebih dalam praktik *pragmatic feminism* saat ini sering dilakukan oleh *Influencer* atau *Content Creator*, hal ini bisa terjadi karena digitalisasi membuat media sosial menjadi sebuah wadah bagi orang untuk saling berinteraksi satu sama lainnya, dengan begitu ruang ini digunakan dan dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian, nilai-nilai, ideologi terkait feminisme terbangun. Permasalahan yang muncul ketika membahas *pragmatic feminism* adalah ketika memaksimalkan kepentingan gender perempuan dan melakukan penindasan pada gender laki-laki. Berdasarkan Fischer (2014) *pragmatic feminism* bukan untuk menjadi sarana dalam menyuarakan kesetaraan gender bagi perempuan tetapi lebih melakukan pada penolakan terhadap hierarki sosial dan berlandaskan etika. Hal ini menjadi sebuah permasalahan penelitian yang di mana praktik ini dilakukan dan membahas pada isu kesetaraan gender masih sangat ketimpangan.

2.3.2 Hypergamy

Konsep *hypergamy* merujuk pada kecenderungan perempuan untuk memilih pasangan dengan status sosial atau ekonomi yang lebih tinggi

sebagai strategi adaptif dalam masyarakat patriarkal (Stevens, 2021). Praktik ini telah berlangsung selama berabad-abad dan sering dipandang sebagai cara perempuan memperoleh akses terhadap sumber daya ketika peluang ekonomi mereka terbatas. *Hypergamy* juga dapat dipandang sebagai refleksi dari konstruksi sosial yang menempatkan laki-laki sebagai pihak yang dominan dalam hal kepemilikan modal ekonomi maupun simbolik. Hal ini membuat perempuan, terutama dalam masyarakat tradisional, terdorong untuk mencari pasangan dengan posisi yang lebih tinggi agar dapat memperoleh jaminan sosial dan finansial.

Dalam konten Michelle Halim, *hypergamy* tampak melalui penekanan bahwa perempuan sebaiknya memilih pasangan dengan mempertimbangkan status sosial dan kemandirian finansial. Michelle menampilkan gagasan bahwa perempuan berhak menentukan standar yang lebih tinggi dalam menjalin hubungan, bukan hanya soal perasaan, tetapi juga menyangkut masa depan, stabilitas, dan dukungan yang akan diberikan pasangan. Dengan begitu, konten tersebut merepresentasikan bagaimana perempuan didorong untuk bijak dan strategis dalam memilih pasangan demi menjaga kualitas hidupnya.

Namun, Stevens (2021, p. 84) menjelaskan bahwa tidak akan selalu berbicara terkait dengan sebuah kebebasan melainkan kecemasan dan ekspektasi membuat kerugian. Dapat dikatakan bahwa *hypergamy* dapat membuat sebuah tekanan sosial bagi sebagian orang, mereka cenderung mencari pasangan bukan untuk sebuah kebebasan, akan tetapi karena mereka merasa cemas dan memiliki ekspektasi terhadap pasangannya.

2.3.3 Kecantikan Sebagai Modal Sosial Perempuan

Kecantikan digambarkan sebagai sesuatu ekspektasi yang melekat dengan diri seorang perempuan. Kukkonen (2021) menjelaskan bahwa adanya norma yang mengharuskan seorang perempuan untuk dapat mengembangkan modal sosial melalui estetika. Karena dengan kecantikan dapat mendatangkan keuntungan bagi perempuan, mulai dari mendapatkan peluang seperti sosial ataupun pekerjaan. Dalam media sosial seperti

Instagram dan TikTok sangat mengedepankan dari segi aspek visual sebagai isi kontennya, membuat perempuan diharuskan berpenampilan baik untuk dapat mengembangkan ekonomi. Maka, perempuan yang dianggap menarik secara sosial cenderung mendapatkan perhatian, serta kebanyakan akan mendapatkan keuntungan dari segi dukungan di media sosial. Dalam penelitian (Sarpila et al., 2020) menjelaskan bahwa penampilan fisik seseorang dipandang sebagai bentuk kapital atau yang disebut *aesthetic capital*. *Aesthetic capital* mencakup penampilan fisik, kecantikan wajah, bentuk tubuh, ukuran, dan gaya perawatan diri dan pakaian yang dapat digunakan menjadi sumber daya. Perempuan dapat mengembangkan dari sumber daya yang dimiliki sendiri, karena dengan mengembangkan dan memperhatikan dari segi estetika tersebut dapat membuat perempuan mengembangkan keuntungan dari segi ekonomi.

Namun, kecantikan sebagai standar ini dapat menyebabkan adanya kesenjangan atau tekanan yang mungkin dapat terjadi. Dalam penelitian Kukkonen (2021) estetika bisa diwujudkan dengan konversi kapital, karena dengan adanya kapital atau uang seseorang dapat menukarkannya menjadi kecantikan, seperti *skincare* atau operasi. Ketika seseorang tidak memiliki kecantikan, maka hal ini akan sangat sulit diwujudkan bagi sebagian orang karena membutuhkan kapital untuk dapat mendapatkan kecantikan yang diinginkan. Tentunya hal ini juga menciptakan adanya kesenjangan antara seseorang yang memiliki modal dan tidak memiliki modal. Seseorang yang memiliki modal tentu memiliki keuntungan dari segi akses mendapatkan perawatan yang lebih baik dan dapat berjangka panjang, sedangkan seseorang yang tidak memiliki modal tentunya tidak memiliki akses untuk dapat menggapai kelas sosial yang berada di atas dan lebih menggunakan perawatan yang lebih instan dan tidak dapat bertahan lama (Kukkonen, 2021). Maka dari itu, walaupun memang kecantikan dapat membuat adanya tekanan dan kesenjangan bagi seseorang perempuan, perlu diketahui bahwa kecantikan tidak hanya soal paras, namun juga masih banyak sumber daya

lain yang dimiliki, mulai dari cara berpakaian, bersikap, ataupun sumber daya lainnya untuk dapat menghasilkan kapital.

2.3.4 Generasi Z Dalam Aktivisme Digital

Gen Z atau Generasi Z merupakan individu yang lahir pada tahun pertengahan 1990-an, generasi ini merupakan generasi yang lahir dan tumbuh bersama era digital. Menurut Katz et al. (2021) menggambarkan mereka sebagai sebuah generasi yang luar biasa penuh pertimbangan, menjanjikan, dan tajam dalam pengamatan, yang menghadapi masa depan penuh tantangan, mulai dari perubahan iklim hingga keresahan sosial, mereka mengatasinya dengan cara kolaboratif serta mengandalkan jaringan sebaya.

Generasi Z juga sering disebut sebagai individu yang sangat dekat dengan digital, karena mereka tumbuh bersamaan dengan era digital dan teknologi yang terus berkembang. Dengan pengertian ini, membuat Generasi Z secara tidak langsung juga mudah dalam mendapatkan informasi-informasi dan kemudahan dalam berinteraksi secara digital. Hal ini memengaruhi cara dan pola berpikirnya yang lebih terbuka terhadap kebudayaan dan sosial. Katz et al. (2021) generasi Z ini memberikan banyak pelajaran mengenai cara hidup dan bekerja sama dalam dunia digital. Buku ini menekankan bahwa cara hidup di masa digital yang saling terhubung sangat berbeda ketika teknologi masih belum bisa seperti saat ini.

Dalam konsep ini, memperlihatkan bagaimana Generasi Z saling terhubung dan berinteraksi terhadap individu lainnya melalui teknologi digital. Masa saat ini, terdapat platform-platform yang menjembatani keterhubungan dan interaksi tersebut seperti Instagram, TikTok, Whatsapp, dan masih banyak lagi. Namun, Katz et al. (2021) menyebutkan media tidak hanya sebagai alat komunikasi saja, melainkan digunakan juga sebagai ruang sosial utama di mana mereka membentuk hubungan, memperjuangkan isu sosial, dan mengembangkan solidaritas.

Sebagai Generasi Z yang hidup berdampingan dengan era digital sekaligus membuat mereka menerpa berbagai ideologi di ruang sosial

tersebut dapat membuat setiap individu memiliki persepsinya masing-masing, tergantung pada bagaimana dan sejauh mana seorang individu memiliki keterbukaan dan pengertian sosial budaya bagi individu. Walaupun mereka memiliki latar belakang sosial budaya yang berbeda dapat memberikan *insight* penting dalam menerima pesan yang dibagikan oleh Michelle Halim.

2.3.5 Laki-laki Generasi Z dalam Konstruksi Budaya Maskulinitas

Dalam penelitian ini akan berfokus pada Laki-laki Generasi Z dalam menafsirkan sebuah pesan *pragmatic feminism*, namun dalam melihat penafsiran individu laki-laki tidak akan lepas dengan kebudayaan sosial budaya yang berada di masyarakat. Menurut Connell (2005) maskulinitas bukanlah sifat biologis yang melekat, melainkan konfigurasi praktik dalam sistem relasi gender. Dapat dikatakan maskulinitas dipahami sebagai konstruksi sosial yang selalu dinegosiasikan, berubah sesuai konteks budaya, kelas, dan sejarah.

Maskulinitas juga disebut sebagai sifatnya tidak tunggal, tetapi plural dan berlapis. Connell (2005) membedakan bentuk dari maskulinitas menjadi empat bentuk yaitu *Hegemonic Masculinity*, *Complicit Masculinity*, *Subordinated Masculinity*, dan *Marginalized Masculinity*.

- *Hegemonic Masculinity*

Bentuk maskulinitas dominan yang dilegitimasi secara sosial dan budaya, serta menempatkan laki-laki tertentu pada posisi superior. Hegemonik ini bukan sekadar sifat individu, melainkan konstruksi sosial yang meneguhkan kekuasaan laki-laki heteroseksual, berstatus tinggi, dan berkuasa atas perempuan maupun laki-laki lain

- *Complicit Masculinity*

Complicit masculinity merujuk pada laki-laki yang tidak sepenuhnya sesuai dengan standar hegemonik, tetapi tetap memperoleh keuntungan dari sistem patriarki. *Complicit masculinity* ini menunjukkan bagaimana banyak laki-laki “biasa”

ikut menopang keberlangsungan patriarki tanpa harus menjadi figur hegemonik.

- *Subordinated Masculinity*

Bentuk maskulinitas yang ditempatkan pada posisi lebih rendah dalam hierarki gender. Hal ini memperlihatkan bahwa maskulinitas tidak hanya berhubungan dengan dominasi laki-laki atas perempuan, tetapi juga dengan hierarki internal antar laki-laki. Subordinasi ini menunjukkan adanya relasi kuasa di antara laki-laki sendiri, di mana maskulinitas hegemonik mendominasi dan menekan ekspresi maskulin lain yang dianggap menyimpang.

- *Marginalized Masculinity*

Maskulinitas yang terpinggirkan karena faktor ras, kelas, atau etnisitas. Menyoroti bahwa maskulinitas selalu beririsan dengan struktur sosial lain seperti rasialisme dan stratifikasi ekonomi, sehingga tidak bisa dipahami hanya dari perspektif gender semata.

Dari keempat jenis maskulinitas yang dikemukakan menunjukkan bahwa posisi sosial laki-laki dalam hierarki gender dalam memengaruhi cara mereka menerima dan menafsirkan pesan. Artinya, pengalaman dan posisi maskulinitas tertentu dapat membuat individu lebih cenderung menerima sebuah makna dominan atau bertentangan terhadap pesan yang mereka terima. Menurut Connell (2005) proses komunikasi tidak pernah netral, melainkan selalu dipengaruhi oleh relasi kuasa dan posisi gender yang membentuk kerangka interpretasi audiens.

Konsep ini jika dikaitkan dalam penelitian analisis resepsi laki-laki Generasi Z dapat memperlihatkan adanya perbedaan proses dalam penerimaan dan penafsiran pesan, karena terdapat nilai kebudayaan yang dibangun oleh kelompok sosial yang membentuk status dan identitas diri laki-laki, maka maskulin tidak bisa dipisahkan dari diri laki-laki. Hal ini juga dapat membuat penelitian ini akan berkembang dan melihat secara lebih luas serta mendalam, bagaimana status sosial membentuk cara mereka melihat dan menilai makna yang dikonstruksikan dalam konten tersebut.

Dalam konten yang dibuat oleh Michelle Halim bukan hanya memperlihatkan mengangkat isu kesetaraan gender bagi perempuan, namun juga beberapanya pesan ini secara terang-terangan menjatuhkan gender laki-laki, maka untuk pesan-pesan ini juga memperlihatkan beberapa *Influencer* laki-laki memperlihatkan menerima dan menolak. Perlu diketahui bagaimana dengan laki-laki Generasi Z yang memiliki nilai-nilai maskulin yang melekat pada diri mereka dalam menafsirkan pesan tersebut.

2.3.6 Laki-laki Generasi Z dalam Budaya Patriarki

Kebudayaan patriarki masih berkaitan dengan maskulinitas yang membentuk konstruksi sosial laki-laki. Budaya patriarki bukan hanya sesuatu hal yang ada di masa lalu, tetapi masih berkembang hingga saat ini dalam era modern dan digitalisasi (Mies, 2014). Dalam sistem atau budaya patriarki, laki-laki diposisikan sebagai individu dominan yang mengatur relasi sosial, ekonomi, dan politik (Mies, 2014), hal ini menunjukkan bahwa patriarki bukan sekadar warisan sejarah, melainkan sistem yang terus hidup dan membentuk identitas laki-laki sebagai pusat otoritas.

Meskipun patriarki memberi keuntungan secara struktural, laki-laki juga terjebak dalam tekanan nilai-nilai dan norma maskulinitas (Mies, 2014). Mereka dituntut untuk selalu menunjukkan kekuatan dan menolak kelemahan. Dapat dikatakan bahwa budaya patriarki membentuk laki-laki dan memisahkan secara struktural dengan perempuan. Pembagian kerja patriarki secara struktural dan subordinasi laki-laki dipisahkan dari perempuan (Mies, 2014). Hal ini mempertegas bagaimana laki-laki ditempatkan tidak hanya sebagai individu yang berkuasa, tetapi juga dibentuk oleh norma sosial yang menuntut mereka untuk selalu tampil secara dominan. Budaya patriarki melekat pada laki-laki karena identitas mereka dikonstruksi melalui kuasa yang menegaskan berada kuasa yang lebih di atas perempuan. Patriarki juga menuntut laki-laki untuk mempertahankan posisi hegemonik dalam ranah publik.

Perempuan didorong ke ranah domestik sementara laki-laki diposisikan sebagai aktor utama di ruang publik, konsep ini dijelaskan

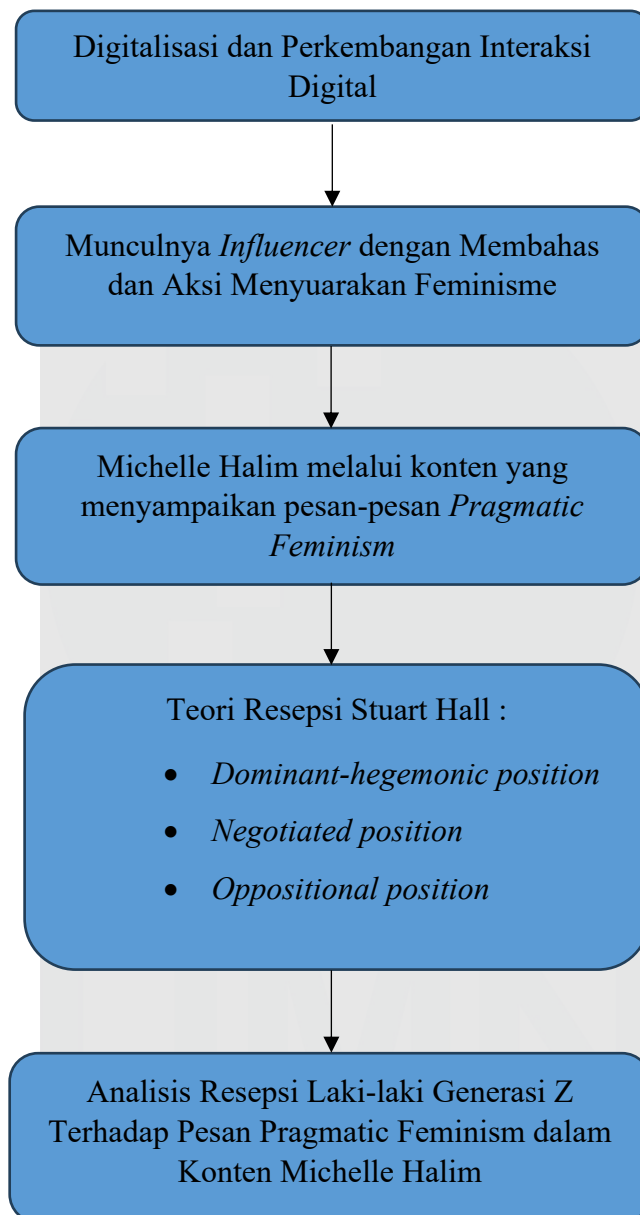
sebagai *housewifization* (Mies, 2014). Dalam era modern, budaya patriarki tidak hilang, melainkan bertransformasi dan berkembang. Representasi maskulinitas dominan kini hadir dalam media digital, iklan, hingga budaya populer yang menegaskan laki-laki sebagai pusat kekuatan. Budaya patriarki membentuk laki-laki sebagai figur publik yang harus mempertahankan otoritasnya.

Dalam konteks penelitian ini, budaya patriarki membuat laki-laki memiliki keuntungan dalam dominasi yang dibangun secara sosial masyarakat dan terdapat tuntutan bagi mereka untuk bisa selalu berkuasa. Hal ini juga bisa menimbulkan cara pandang mereka terhadap pesan-pesan dalam konten Michelle Halim itu sendiri yang lebih menekankan bahwa perempuan juga bisa berkuasa dan dominan dibandingkan laki-laki, sedangkan secara norma budaya patriarki mengharuskan laki-laki menjadi pusat publik. Budaya patriarki tidak akan bisa dilepas dan akan terus melekat dengan laki-laki itu sendiri bukan hanya sekadar penganut, tetapi adanya tuntutan sosial. Maka, dalam penelitian ini juga akan melihat penerimaan dan penafsiran laki-laki dengan adanya konsep budaya patriarki sendiri yang sudah melekat dengan diri mereka dalam konstruksi sosial.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kemajuan teknologi digital telah melahirkan berbagai platform media sosial yang tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang pertukaran gagasan dan wacana sosial. Di dalamnya, *influencer* berperan penting sebagai penghasil konten yang mampu membentuk opini publik melalui isu-isu yang mereka angkat. Kehadiran *influencer* membuat pesan dapat lebih mudah diterima dan diakses audiens, termasuk laki-laki dari generasi muda. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membawa nilai, ideologi, dan representasi tertentu yang memengaruhi cara audiens memaknai suatu isu. Dengan begitu, media sosial menjadi arena penting bagi proses penyebaran dan pembentukan pemahaman.

Namun, penerimaan pesan oleh laki-laki juga tidak dapat dilepaskan dari kebudayaan maskulin yang melekat pada diri mereka. Laki-laki dengan latar belakang maskulinitas tertentu cenderung menafsirkan pesan sesuai dengan konstruksi sosial yang menempatkan mereka dalam posisi dominan. Hal ini dapat membuat interpretasi mereka berbeda dengan maksud awal pembuat pesan, terutama ketika pesan yang disampaikan menyentuh isu kesetaraan gender atau kemandirian perempuan. Dalam menganalisis proses komunikasi atau menjelaskan bagaimana resepsi laki-laki Generasi Z pesan *pragmatic feminism* pada konten Michelle Halim dapat mencari posisi mereka dalam menafsirkan sebuah pesan baik mereka menerima pesan, menerima namun terdapat nilai kepercayaan dan individu, dan tidak menerima pesan tersebut, serta juga melihat dalam proses resepsi suatu pesan khususnya laki-laki yang melekat dengan nilai-nilai maskulinitas dan budaya patriarki.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2026)