

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Soft masculinity hadir membawa bentuk baru dalam budaya maskulin di masyarakat. Bentuk baru dari *soft masculinity* yang lebih cenderung feminin melahirkan makna baru yang mengukir presentasi baru dalam nilai maskulin laki-laki. *Soft masculinity* hadir melalui *Korean Wave* yang merupakan budaya populer. Budaya Populer merupakan produksi yang menghasilkan pesan dalam bentuk suara gambar untuk dikomersialkan kepada konsumen dengan target sebanyak mungkin khususnya dalam segi hiburan (Heryanto, 2018). Salah satu bentuk budaya populer adalah budaya yang berasal dari negara Korea Selatan atau disebut juga dengan *Korean Wave*. Fenomena kehadiran *Korean Wave* atau juga disebut Hallyu pertama kali digunakan oleh jurnalis asal Tiongkok pada akhir 1990an (Seongseop et al., 2007). Hallyu merupakan fenomena dari budaya Korea populer yang menghadirkan cirikhas mode asia tenggara. Meskipun tidak ada definisi tunggal yang disepakati tentang fenomena hallyu tetapi umumnya hallyu mengacu pada gelombang tren baru yang dihasilkan oleh negara Korea yang menjadi populer di Asia dan sekitarnya (Kim & Nam, 2015). Produk *Korean Wave* atau hallyu yang populer di negara Indonesia diantaranya adalah *K-drama* yaitu industry film yang berasal dari Korea Selatan dan *K-pop* yang merupakan bentuk musik dan tarian. Presentasi *K-pop* sendiri sampai saat ini sangat populer dibawakan oleh *boyband* dan *Girlband*.

Semenjak kehadiran *Korean Wave* di Indonesia dampak yang dibawakan sangat besar dan beragam khususnya dampak yang berasal dari hadirnya *girlband* dan *boyband K-pop*. Hal ini mulai melekat pada gaya hidup sehari-hari para penggemar *Korean Wave* di Indonesia. Diantaranya *fashion*, *makeup*, terlebih lagi para penggemar tertarik untuk mengambil pendidikan di Korea Selatan. *Trend* dan inovasi yang berasal dari Korea Selatan juga menjadi penentu suatu *trend* tersebar atau kerap disebut juga sebagai *trendsetter*. Salah satu dampak yang paling dominan yang dihadirkan oleh *Korean Wave* adalah dalam bidang penampilan. Representasi penampilan melalui artis *K-pop* dan aktor/aktris *K-drama* membawa

pengaruh pada industri *fashion* dan *makeup* di Indonesia. Umumnya *trend fashion* dan *makeup* banyak dikonsumsi oleh penggemar perempuan namun dampak dari *Korean Wave* juga mempengaruhi penggemar laki-laki yang membawa budaya maskulinitas baru di Indonesia. Maskulinitas yang dibawakan oleh hadirnya *Korean Wave* adalah *soft masculinity* atau maskulinitas yang lebih feminine dan lembut.

Kehadiran *soft masculinity* dari *Korean Wave* menuai kontroversi tentang bagaimana *Korean Wave* mendefinisikan ulang konsep maskulinitas untuk laki-laki melalui produk *Korean Wave* yang tersebar yaitu musik dan film yang memuat maskulinitas baru yakni *soft masculinity* (Ainslie,2017). Maskulinitas dari budaya Korea menghadirkan ciri yang berbeda dari maskulinitas masyarakat pada umumnya. Melalui *Korean Wave* tatanan maskulinitas berubah menjadi lebih lembut dan hal ini tetap digemari oleh penggemar. Bagi penggemar ketika idola atau aktor Korea berpenampilan cantik dengan riasan bukan berarti mereka terlihat tidak maskulin (Ayuninngtias, 2017)

Kehadiran *soft masculinity* yang dibawa oleh *Korean Wave* tidak langsung dimulai pada saat penyebaran *Korean Wave* berlangsung. Menurut Kim (2015) hallyu dibagi menjadi empat masa.Hallyu 1.0 ditandai dengan kemunculan *K-drama* pada akhir tahun 1990, kemudian 2.0 dengan musik Korea, 3.0 ditandai dengan budaya Korea modis, dan hallyu 4.0 dengan *K-style*. Seiring berjalannya waktu hallyu terus berkembang dan meningkatkan banyak pembelian produk yang dibeli oleh konsumen dari berbagai negara (Truong, 2018). Tercatat berdasarkan Badan Korea Urusan Promosi Budaya dan Departemen Kebudayaan bahwa sebesar 3,3 juta anggota penggemar hallyu tersebar di sekitar 20 wilayah di dunia. Hal tersebut ditandakan dengan dibukanya pusat budaya Korea di ke 20 wilayah tersebut. Tentunya Asia menjadi wilayah dengan jumlah anggota terbesar yaitu dengan jumlah 2,31 juta penggemar tersebar di berbagai negara di Asia. Akan tetapi data tersebut belum dapat dipastikan karena pada fakta lapangan jumlah pengikut hallyu bisa melebihi angka tersebut (Khairunnisa, 2019).

Di negara Indonesia persebaran *K-pop* atau hallyu sudah dimulai dari tahun 2002 tepat setelah piala dunia Korea selatan dan jepang. Acara piala dunia tersebut

ditampilkan melalui saluran TV dan kemudian digunakan untuk menampilkan *K-drama* atau drama seri Korea Selatan. Beberapa stasiun televisi Indonesia seperti Trans Tv dan Indosiar menayangkan *K-drama* pada tahun 2002 dengan beragam judul dan seri. Sejak saat itu banyak stasiun TV swasta lainnya ikut menayangkan *K-drama* dan tercatat 50 drama Korea sudah ditayangkan pada tahun 2011 dan terus meningkat setiap tahunnya (Putri et al., 2019). Tidak hanya pada industri perfilman, hallyu juga berpengaruh dalam industri musik. Sejak kemunculan *boyband* Super Junior pada tahun 2005 dan *girlband* SNSD pada tahun 2007 industri musik Indonesia juga memunculkan banyak *boyband* dan *girlband* pada saat itu Indonesia memiliki *Sm*sh* dan *Cherrybell* sebagai perngaruh dari musik hallyu. Semenjak bermunculannya *boyband* dan *girlband* di Indonesia ada perubahan yang terjadi yaitu penerimaan masyarakat akan hadirnya budaya Korea yang direpresentasikan oleh warga lokal. Salah satu penerimaan yang menarik perhatian penulis adalah penerimaan masyarakat akan *boyband* yang menghadirkan pandangan baru akan maskulinitas. Gaya maskulin yang dimiliki oleh *boyband* tidak sesuai dengan istilah maskulinitas yang sudah ada sebelumnya. Maskulin yang melekat sebelum hadirnya *boyband* dalam kehidupan masyarakat saat ini adalah laki-laki yang kuat, kekar, tegas, dan berwibawa. Akan tetapi kehadiran *boyband* Korea yang memiliki gambaran diri lembut, pandai menari, menggunakan *makeup*, dan lainnya telah menjadi suatu pandangan baru akan seseorang terhadap maskulinitas. Meskipun *boyband K-pop* menggambarkan maskulinitas yang berbeda tetapi tidak memungkiri bahwa kaum wanita tetap menyukai mereka sebagaimana memandang mereka lelaki pada umumnya. Maskulinitas yang dihadirkan oleh *boyband K-pop* yang periang, melakukan tarian, lembut, dan indah disebut juga dengan istilah *soft masculinity*.

Gender merupakan bidang kajian yang selalu menarik untuk diteliti. Perubahan zaman dari waktu ke waktu selalu mempengaruhi banyak hal termasuk gender. Perubahan yang terjadi diantaranya lahirnya perspektif baru tentang gender dari manusia yang semakin berkembang dan memiliki pandangan yang semakin terbuka oleh karena mudahnya terjadi sebuah pertukaran budaya dalam dan luar negeri salah satunya adalah *K-pop*. Budaya Korea Populer sudah mendunia dan

merupakan pergerakan budaya yang sangat cepat meluas ke berbagai negara. Budaya Korea melalui *boyband K-pop* memberikan pandangan baru terkait konsep maskulinitas khususnya di kawasan Asia. Maskulinitas yang direpresentasikan melalui budaya *K-pop* disebut *soft masculinity* (Hayu et al., 2019). Maskulinitas pada dasarnya mendefinisikan perilaku laki-laki ideal dalam masyarakat dan pada umumnya dirancang untuk memvalidasi dominasi laki-laki atas perempuan yang mengacu pada sistem patriarki (Raewyn Connell, 1987). Datangnya pandangan maskulinitas yang baru tentunya membawa kontroversi dengan membandingkan anggapan maskulinitas yang sudah ada. Menjadi pertanyaan bahwa bagaimana dampak dari hallyu dapat mendefinisikan ulang model laki-laki dengan gaya maskulin yang lebih mengarah kepada feminisme (M. Ainslie, 2017). Sifat maskulin yang berasal dari Korea Selatan dipresentasikan oleh *boyband K-pop* sebagai produk *entertainment* mereka. Konsep maskulin yang mereka tampilkan yaitu melalui gaya berpakaian, konsep video musik, bersikap dihadapan media dan penggemar, dan riasan penampilan mereka (Meitha, 2021). Kehadiran *boyband* besar Korea Selatan saat inilah yang membuat dunia mempertanyakan dan membuka pandangan baru akan maskulinitas sehingga lahirlah definisi baru akan maskulin itu tersebut. Para anggota *boyband* yang bergender laki-laki membuat dirinya tampak atraktif dan maskulin dengan gaya yang feminin. Bahkan mereka berani dalam mengekspresikan kehangatan kepada penggemar dengan gaya bicara dan gerakan tubuh yang lembut. Beberapa *boyband* besar yang saat ini sangat eksis contohnya adalah BTS, EXO, NCT, Seventeen, Stray Kidz, dan Treasure.

Negara di Asia yang dekat dengan istilah budaya juga melahirkan konstruksi akan gender juga mengandung budaya-budaya yang diturunkan. Konstruksi gender yang telah diturunkan selama bertahun-tahun mempengaruhi melekatnya suatu pandangan akan gender itu sendiri. Di belahan dunia timur seperti negara Indonesia budaya gender laki-laki yang digambarkan adalah pemberani, pejuang, bersuara lantang, pekerja keras, dan digambarkan sebagai pemimpin. Seperti pada zaman perjuangan kemerdekaan bahwa tokoh pahlawan bangsa di dominasi oleh gender laki-laki. Pembentukan maskulinitas yang dibiasakan dari tahun ke tahun, generasi ke generasi disepakati oleh keadaan masyarakat dan

tuntutan media sehingga citra laki-laki yang ideal adalah macho dan berwajah ganteng (Meitha, 2021). Pandangan gender yang seiring berjalannya waktu berubah pernah diteliti oleh Booker dengan istilah *Gender Fluid*. *Gender Fluid* adalah suatu pandangan sebuah gender yang mengekspresikan dirinya maskulin atau feminin untuk mendeskripsikan diri (McMunn et al., 2015). Sehingga maskulin atau feminin bukanlah suatu hal yang tunggal berdiri pada suatu konstruksi pasti. Seperti contohnya seorang perempuan bisa berpakaian seperti laki-laki dan bergaya serta berperilaku maskulin yang di masyarakat dikenal dengan istilah tomboy. *Gender Fluid* merupakan istilah yang menggambarkan seseorang dengan gender perempuan atau laki-laki bermain peran dengan sesuatu yang tidak melekat pada dirinya sehingga merupakan suatu yang kontradiktif (Tanjung, 2019).

Membahas mengenai *soft masculinity* pada *boyband K-pop*, Cejka dan Eagly membagi konsep maskulin menjadi tiga dimensi berdasarkan karakteristiknya:

Pertama *Masculine Physical*. Atribut dimensi pada konsep ini adalah seorang maskulin harus memiliki tubuh yang atletis terbentuk oleh otot, kekar, kuat dari tampaknya dan secara fisik dalam juga. Konsep kedua adalah *Personality*. Atribut dalam dimensi ini adalah seorang maskulin harus memiliki sikap yang kompetitif, agresif, dominan, kuat di bawah tekanan, memiliki jiwa petualang, dan berani. Konsep ketiga adalah *Masculine Cognitive*. Seorang maskulin harus berpikir analitikal, pandai berhitung dengan angka, baik dalam memberikan alasan, berbakat dalam penyelesaian masalah, dan memiliki kemampuan abstraksi yang baik. Pada fokus *soft masculinity* konsep yang akan dibahas adalah konsep *physical* dan *personality*. Dalam konsep yang dijelaskan menggambarkan bahwa maskulinitas tergambar dengan adanya fisik dan personalitas seperti penjelasan sebelumnya dimana *soft masculinity* tidak tergambar akan dimensi karakteristik tersebut. Pandangan maskulinitas yang berbeda dan bisa menggambarkan maskulinitas tipe *soft masculinity* adalah *new man* atau pria baru. Istilah *new man* dijelaskan oleh Beynon pada tahun 2002 bahwa laki-laki juga dapat bersifat sensitive, jinak, dan ekspresif. *New man* atau pria baru melahirkan stereotip bahwa laki-laki bisa memiliki *physical* dan *personality* yang tidak terikat dengan

pandangan umum maskulin tetapi laki-laki bisa menjadi lembut dan sensitive untuk mengekspresikan dirinya tanpa mengubah harkatnya sebagai laki-laki.

Soft masculinity atau presentasi dari *new man* yang dibawa oleh *boyband* Korea saat ini sudah menjadi hal yang diwajari oleh masyarakat. Dilihat dari penggemar *boyband* yang mayoritas adalah perempuan. Meskipun *boyband* Korea yang setiap tampil di panggung mengenakan riasan wajah dan menjadi cantik, menggunakan konsep musik video yang ceria dan ekspresif, dan tampil dengan tarian yang gemulai tetapi tidak menjadikan para *boyband K-pop* kekurangan peminat perempuan. Menggunakan riasan wajah bagi laki-laki saat ini bahkan sudah sangat umum. *Makeup* atau riasan wajah yang pada umumnya digunakan oleh perempuan untuk merias wajah supaya terlihat lebih cantik kini juga digunakan oleh kaum laki-laki. Para laki-laki di Korea yang menginisiasikan tren *makeup* untuk laki-laki menjelaskan bahwa menggunakan riasan wajah seperti *foundation*, bedak, *lipcolor*, dan lainnya bukan untuk terlihat menyerupai wanita tetapi untuk terlihat lebih baik. Sampai saat ini merias wajah dan kebiasaan lain untuk merawat penampilan diri seperti *skincare* sudah tidak lagi lekat dengan gender perempuan. Bahkan brand *makeup* dan *skincare* saat ini sudah membuat produk yang dikhususkan untuk laki-laki juga tidak sedikit bintang iklannya adalah bintang laki-laki.

Dalam penulisan ini penulis menyimpulkan bahwa pembahasan mengenai *soft masculinity* yang merupakan dekonstruksi maskulin pada masyarakat masih relevan untuk dijadikan topik penulisan saat ini melihat bahwa adapun beberapa penelitian yang pernah membahas mengenai topik yang sama. Dita Anggrahinita, et al., (2019) meneliti bahwa laki-laki juga bisa terlihat manis dan imut sebagaimana *boyband K-pop* saat ini. *boyband K-pop* menunjukkan adanya fluiditas antara maskulin dan feminitas dimana mereka bisa bertubuh kekar dan berotot tetapi mereka bisa menampilkan visual yang feminin dalam hal berpakaian, cat rambut, dan riasan wajah. Kemudian dalam artikel yang ditulis oleh Stephen Cho Suh (2016) meneliti laki-laki di Korea yang bermigrasi ke Amerika dan meminta mereka membandingkan perbedaan maskulinitas yang berada pada kedua negara tersebut. Para narasumber yang ada pada artikel Stephen menjawab bahwa laki-laki

militer di Amerika sangat menggambarkan dirinya macho sedangkan laki-laki militer di Korea bahkan tidak peduli dirinya terlihat gay. Handaningtiyas, et al., (2018) meneliti praktik identitas remaja melalui dekonstruksi makna maskulinitas pada *K-pop* dan menghasilkan *self-understanding* yang utuh pada diri remaja. Kesadaran akan tampilan maskulin pada *boyband K-pop* diinternalisasikan kedalam dirinya sebagai remaja. Enjelika, et al., (2021) meneliti dekonstruksi pemaknaan maskulinitas pada penggemar *K-pop* di Makassar adalah konsep maskulinitas hibrida dan *soft masculine*. Selanjutnya adalah penelitian oleh Ayuningtias (2017) meneliti bahwa *soft masculinity* pada *boyband K-pop* tidak menjadi pertimbangan penggemar perempuan dalam mempertimbangkan bahwa mereka tetap laki-laki pada umumnya. Para penggemar memiliki pandangan masing-masing terhadap representasi *soft masculinity* pada *boyband* yang mereka gemari tetapi yang pasti mereka sadar bahwa penampilan feminin yang ada pada *boyband K-pop* hanyalah untuk keperluan penampilan bukan kehidupan sehari-hari.

Melihat dari penelitian-penelitian terdahulu, penulis memutuskan untuk menyusun penulisan ini dengan topik dekonstruksi maskulinitas yaitu *soft masculinity* melalui perspektif para penggemar kepada *Korean Wave*. Penulis memilih *Korean Wave* sebagai acuan dalam meneliti kajian gender bertemakan *soft masculinity* karena keberadaan *K-drama* dan *K-pop* sampai saat ini masih digemari oleh banyak orang dengan karakteristik *soft masculinity* yang mereka tampilkan khususnya bagi penggemar *Korean Wave*.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti akan merumuskan masalah dengan tujuan agar lebih terfokus dan terarah serta sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk itu, peneliti perlu memberikan batas ruang lingkup masalah. Rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Bagaimanakah penggemar memaknai *soft masculinity* melalui tampilan produk *Korean Wave*?
- 2) Apakah faktor-faktor dari *soft masculinity* yang mampu mempengaruhi penerimaan penggemar?

- 3) Bagaimanakah dampak *soft masculinity* dari produk *Korean Wave* mempengaruhi kehidupan penggemar?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sejalan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan *soft masculinity* yang mendekonstruksi maskulinitas secara mendalam melalui penggemar *Korean Wave* sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru untuk memahami perkembangan budaya yang berkaitan dengan bidang gender dan mampu memberikan kontribusi pada ilmu bidang gender di masyarakat untuk mendalami *soft masculinity* sebagai salah satu bentuk pembaharuan makna maskulinitas yang hadir oleh karena adanya budaya populer yaitu *Korean Wave*. Secara lebih rinci, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menganalisis bagaimana pemaknaan penggemar *Korean Wave* dalam media sosial X terhadap *soft masculinity* yang ditampilkan oleh produk *Korean Wave* sehingga membentuk dekonstruksi maskulinitas dalam masyarakat sebagai presentasi maskulin baru
- 2) Mengidentifikasi dan menguraikan faktor yang mempengaruhi dekonstruksi maskulinitas terhadap *soft masculinity* berdasarkan penggemar *Korean Wave* yang mengonsumsi produk *Korean Wave* dalam media sosial X.
- 3) Mengkaji dampak dekonstruksi maskulinitas *soft masculinity* pada penggemar *Korean Wave* dalam media sosial X sebagai pengaruh dari budaya populer yang berkaitan dengan budaya gender di masyarakat.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari temuan penelitian ini yaitu memberikan sumbangan pemikiran dalam mengkaji isu gender serta sebagai pijakan referensi terhadap penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *soft masculinity* di lingkungan yang lebih lanjut.

1.4.2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti, agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait pandangan maskulinitas dan feminitas supaya memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai *soft masculinity*
- 2) Bagi Masyarakat, agar dapat membuka pandangan mengenai *soft masculinity* dan tidak lagi menekankan maskulin berdasarkan budaya lama melainkan adanya pandangan baru yang menggambarkan maskulin dengan gaya yang feminin tanpa harus mengubah harkat gender laki-laki
- 3) Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, agar penelitian ini dapat menambah penjelasan dalam ilmu pengetahuan bidang Sosiologi Gender.

1.5. Struktur Organisasi Skripsi

- 1) BAB 1: Berisikan pendahuluan dari penelitian yang dilaksanakan dengan beberapa sub bab, yaitu terdapat latar belakang penelitian, rumusna masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.
- 2) BAB II: Berisikan kajian pustaka seperti teori, konsep, dan data-data yang dijelaskan untuk mendukung penelitian.
- 3) BAB III: Berisikan pembahasan mengenai metode penelitian yang berisikan desain penelitian, partisipan, teknik pengumpulan data, dan analisis data untuk melakukan pendekatan penelitian.
- 4) BAB IV: Berisikan temuan dan pembahasan yang diurai secara mendalam dari hasil penelitian yang dilakukan dari berbagai data yang telah dikumpulkan penulis dan telah diolah menggunakan teori dan konsep yang digunakan.
- 5) BAB V: Berisikan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran serta dilanjut dengan daftar pustaka juga lampian-lampiran dari penelitian yang dilaksanakan.